

## Μοντέλα Μάρκετινγκ

Τα μοντέλα μάρκετινγκ (marketing models) άρχισαν να αναπτύσσονται σχετικά πρόσφατα και σήμερα είναι ένα καθιερωμένο πεδίο που καλείται συχνά επιστημονικό μάρκετινγκ (marketing science). Με απλά λόγια, τα μοντέλα μάρκετινγκ είναι εφαρμογές αναλυτικής σκέψης και ποσοτικών μεθόδων σε προβλήματα και φαινόμενα που αφορούν το μάρκετινγκ. Πρόκειται για την αναλυτική και επιστημονική προσέγγιση στη μελέτη των θεμάτων που απασχολούν το μάρκετινγκ. Μέσω των μοντέλων διεξάγεται η επιστημονική έρευνα στο μάρκετινγκ αλλά επίσης, σε πρακτικό επιχειρησιακό επίπεδο, λαμβάνονται εμπειρικά τεκμηριωμένες διοικητικές αποφάσεις για σημαντικά ζητήματα. Με τα μοντέλα συνήθως προσπαθούμε να καθορίσουμε τις σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ των μεταβλητών που μας ενδιαφέρουν. Αυτό γίνεται πρώτα σε θεωρητικό επίπεδο και κατόπιν σε εμπειρικό επίπεδο, όπου οι σχέσεις ελέγχονται και μετρώνται σε πραγματικά δεδομένα. Σήμερα η επιστημονική πρόοδος εξελίσσει συνεχώς προηγμένες τεχνικές ανάλυσης, ενώ ταυτοχρόνως συλλέγεται τεράστιος όγκος εμπειρικών στοιχείων μέσω νέων τεχνολογιών, καθιστώντας το πεδίο των μοντέλων ένα από τα πιο αναπτυσσόμενα και υποσχόμενα πεδία στο σύγχρονο μάρκετινγκ.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> του Γεωργίου Μπάλλα, Καθηγητή ΟΠΑ