

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**



ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ**



ATHENS UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
SCHOOL OF
BUSINESS

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
MSc IN
MARKETING ANALYTICS

**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔ.ΕΤΟΣ 2026-2027**



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ	4
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ (ΟΠΑ)	4
ΠΡΥΤΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ	4
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	5
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ/ΕΞΑΜΗΝΩΝ Η ΚΑΙ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	5
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΟΠΑ	6
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΟΠΑ	6
ΟΡΓΑΝΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ	7
ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ	7
ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	8
ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ	8
ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ	8
ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ECTS ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ	8
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	10
ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	11
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ	13
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ	17
ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΑΝΑΛΥΤΕΣ	17
ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	21
ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	24
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	28
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	31
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΓΙΑ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	35
ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΜΑΘΗΣΗ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	39
ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΟΡΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	43



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	47
ΠΟΛΥΜΕΤΑΒΛΗΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	47
ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	51
ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΑΣ	54
ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ	59
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	63
ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ	67



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΙΔΡΥΜΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ (ΟΠΑ)

Διεύθυνση: Πατησίων 76, Τ.Κ. 104 34, Αθήνα

Τηλεφωνικό Κέντρο: +30-210-8203911

Ιστοσελίδα: <https://www.aueb.gr>

e-mail: webmaster@aeub.gr

Facebook: <https://www.facebook.com/aeubgreece>

Twitter: <https://twitter.com/aeub>

ΠΡΥΤΑΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Οι Πρυτανικές Αρχές του Πανεπιστημίου αποτελούνται από τον Πρύτανη και τους Αντιπρυτάνεις ως ακολούθως:

Πρύτανης

Καθηγητής Βασίλειος Βασδέκης

Αντιπρυτάνεις

Αντιπρύτανης Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού

Καθηγητής Λεωνίδας Δουκάκης

Αντιπρύτανης Έρευνας και Δια Βίου Μάθησης

Καθηγήτρια Γεωργία Σιουγλέ

Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού και Υποδομών

Αναπλ. Καθηγήτρια Άννα Ελένη Γαλανάκη

Αντιπρύτανης Διεθνούς Συνεργασίας & Ανάπτυξης

Καθηγήτρια Αθανασία (Νάνσυ) Πουλούδη

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κοσμήτορας: Καθηγήτρια Αγγελική Πουλυμενάκου

ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Πρόεδρος: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ειρήνη Νικάνδρου

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Διευθυντής: Καθηγητής Γεώργιος Μπάλτας



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Κέντρο Μεταπτυχιακών Σπουδών και Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,
Ευελπίδων 47Α & Λευκάδος 33 113 62 Αθήνα

Τηλέφωνο Γραμματείας: +30-210-820 3665

Ηλ. Ταχυδρομείο Γραμματείας: marketinganalytics@aueb.gr

Ιστοσελίδα: www.dept.aueb.gr/marketinganalytics

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΕΤΟΥΣ/ΕΞΑΜΗΝΩΝ Η ΚΑΙ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

ΠΡΟΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ: 18 Σεπτεμβρίου – 2 Οκτωβρίου 2026

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 5 Οκτωβρίου 2026

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ: Παρασκευή 18
Δεκεμβρίου 2026

ΕΠΑΝΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Παρασκευή 8 Ιανουαρίου 2027

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 8 Φεβρουαρίου 2027

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ: 12-15 Φεβρουαρίου 2027

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 15 Μαρτίου 2027

ΑΡΓΙΕΣ

Εορτασμός Επετείου 28ης Οκτωβρίου: Τετάρτη 28 Οκτωβρίου 2026

Επέτειος Πολυτεχνείου: Τρίτη 17 Νοεμβρίου 2026

Θεοφάνεια: Τετάρτη 6 Ιανουαρίου 2027

ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

ΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 15 Φεβρουαρίου 2027

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΗΜΕΡΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΟΥ ΠΑΣΧΑ: Παρασκευή 23 Απριλίου 2027

ΕΠΑΝΕΝΑΡΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Δευτέρα 10 Μαΐου 2027

ΛΗΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ: Τετάρτη 9 Ιουνίου 2027

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ: 14-18 Ιουνίου 2027

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 18 Ιουλίου 2027

ΑΡΓΙΕΣ

Καθαρά Δευτέρα: Δευτέρα 15 Μαρτίου 2027

Εορτασμός Επετείου 25^{ης} Μαρτίου: Πέμπτη 25 Μαρτίου 2027

Αγίου Πνεύματος: Δευτέρα 21 Ιουνίου 2027



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1-10 Σεπτεμβρίου 2027

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΒΑΘΜΩΝ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ: Μέχρι 10 Οκτωβρίου 2027

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΟΠΑ

Η οργάνωση και η λειτουργία του Ιδρύματος διέπεται από την κείμενη νομοθεσία όπως ισχύει. Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών υπάγεται στην εποπτεία του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων. Τα όργανα διοίκησης των Α.Ε.Ι. σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις είναι

- α) το Συμβούλιο Διοίκησης,
- β) η Σύγκλητος,
- γ) ο Πρύτανης,
- δ) οι Αντιπρυτάνεις,
- ε) ο Εκτελεστικός Διευθυντής.

Έως τη συγκρότηση του Συμβουλίου Διοίκησης ανά Α.Ε.Ι. και την ανάληψη των καθηκόντων του, οι αρμοδιότητές του ασκούνται από το Πρυτανικό Συμβούλιο του Α.Ε.Ι.

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΟΠΑ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών διαρθρώνεται από ακαδημαϊκές μονάδες δύο (2) επιπέδων: α) τις Σχολές και β) τα Τμήματα

Η κάθε Σχολή διαρθρώνεται κατ' ελάχιστο από δύο (2) Τμήματα, καλύπτει μια ενότητα συγγενών επιστημονικών περιοχών και εξασφαλίζει τη διεπιστημονική προσέγγιση στη διδασκαλία και την έρευνα μεταξύ των Τμημάτων της. Η Σχολή έχει ως αρμοδιότητα την εποπτεία και το συντονισμό της λειτουργίας των Τμημάτων και του εκπαιδευτικού και ερευνητικού έργου που παράγεται από αυτά, σύμφωνα με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας.

Τα όργανα της Σχολής, σύμφωνα με τον Ν.4957/2022 (Α 141) όπως ισχύει είναι: α) ο Κοσμήτορας και β) η Κοσμητεία

Το Τμήμα αποτελεί τη θεμελιώδη ακαδημαϊκή μονάδα του Ιδρύματος και έχει ως στόχο την προαγωγή ενός συγκεκριμένου πεδίου της επιστήμης, της τεχνολογίας, των γραμμάτων και των τεχνών μέσω της εκπαίδευσης και της έρευνας. Το Τμήμα αποτελείται από το σύνολο των μελών Διδακτικού Ερευνητικού Προσωπικού (ΔΕΠ), των μελών του Ειδικού Εκπαιδευτικού Προσωπικού (ΕΕΠ), των μελών του Εργαστηριακού Διδακτικού Προσωπικού (ΕΔΙΠ) και των μελών του Ειδικού Τεχνικού Εργαστηριακού Προσωπικού (ΕΤΕΠ), που υπηρετούν σε αυτό.

Όργανα του Τμήματος σύμφωνα με τον Ν.4957/2022 (Α 141) όπως ισχύει είναι: α) η Συνέλευση, β) το Διοικητικό Συμβούλιο, γ) ο Πρόεδρος και δ) ο Αντιπρόεδρος.

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών αποτελείται από **τρεις Σχολές και οκτώ Τμήματα**:



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. **ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ:**
 - [Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Οικονομικών Σπουδών](#)
 - [Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης](#)
2. **ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:**
 - [Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας](#)
 - [Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων](#)
 - [Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής](#)
 - [Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας](#)
3. **ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ:**
 - [Τμήμα Πληροφορικής](#)
 - [Τμήμα Στατιστικής](#)

ΟΡΓΑΝΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Αρμόδια όργανα για την οργάνωση και λειτουργία των Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών (Π.Μ.Σ.) είναι τα ακόλουθα:

- α) η Σύγκλητος του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Α.Ε.Ι.),
- β) η Συνέλευση του Τμήματος,
- γ) η Συντονιστική Επιτροπή (Σ.Ε.), και
- δ) ο Διευθυντής του Π.Μ.Σ.

Ειδικώς για τα διατμηματικά, τα διδρυματικά και τα κοινά Π.Μ.Σ., τις αρμοδιότητες της Συνέλευσης του Τμήματος ασκεί η Επιτροπή Προγράμματος Σπουδών.

ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ

Το προσωπικό του Πανεπιστημίου αποτελείται από τις ακόλουθες κατηγορίες:

➤ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ :

- Μέλη Δ.Ε.Π.: Διδακτικό και Ερευνητικό Προσωπικό
- Ομότιμοι Καθηγητές
- Επισκέπτες Καθηγητές
- Ειδικό Εκπαιδευτικό Προσωπικό (Ε.Ε.Π.)
- Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό (Ε.ΔΙ.Π)
- Ειδικό Τεχνικό Εργαστηριακό Προσωπικό (Ε.Τ.Ε.Π.)
- Επιστημονικοί Συνεργάτες
- Πανεπιστημιακοί Υπότροφοι
- Επιστημονικό Προσωπικό
- Συμβασιούχοι Διδάσκοντες
- Διδάσκοντες με απόσπαση



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών παρέχει τόσο διοικητικές όσο και άλλες υπηρεσίες (σίτισης, στέγασης, βιβλιοθήκης, άθλησης κ.α) με στόχο την εξυπηρέτηση των φοιτητών του αλλά του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού. Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία των παρεχόμενων υπηρεσιών του ιδρύματος μπορείτε να αναζητήσετε στην κεντρική ιστοσελίδα του ιδρύματος (<http://www.aueb.gr>).

ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ), ως Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Το ΟΠΑ είναι, κατά σειρά αρχαιότητας, το τρίτο Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα της χώρας και το πρώτο στον χώρο των Οικονομικών Επιστημών και της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Στην πορεία προστέθηκαν τα επιστημονικά πεδία της Πληροφορικής και της Στατιστικής. Από το έτος ίδρυσής του το 1920 έως και σήμερα έχει πλούσια ιστορία σημαντικών επιστημονικών επιτευγμάτων, που χαρακτηρίζουν το σύγχρονο παρόν και προδιαγράφουν εξαιρετικές προοπτικές για το μέλλον.

Το Ίδρυμα, ως κέντρο αριστείας στην ακαδημαϊκή έρευνα και στη διδασκαλία, αξιολογείται ως ένα από τα κορυφαία πανεπιστήμια της χώρας μας και ένα από τα καλύτερα διεθνώς στα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει. Η φήμη του αντανακλά από τη μια πλευρά, το υψηλό επίπεδο του επιστημονικού του προσωπικού, την ποιότητα του ερευνητικού και διδακτικού του έργου και τα σύγχρονα προγράμματα σπουδών, και από την άλλη την υψηλή επιστημονική κατάρτιση των αποφοίτων του που τους επιτρέπει να δραστηριοποιούνται επαγγελματικά με επιτυχία τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Αναλυτικές πληροφορίες για τα προγράμματα σπουδών παρέχονται στους οδηγούς σπουδών και τις ιστοσελίδες των τμημάτων.

ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

(συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών ακαδημαϊκής αναγνώρισης)

Στους βασικούς κανονισμούς του Ιδρύματος περιλαμβάνονται ενδεικτικά :

- ✓ Ο Εσωτερικός Κανονισμός Λειτουργίας του Πανεπιστημίου
- ✓ Ο Οργανισμός Διοικητικών Υπηρεσιών
- ✓ Ο Κανονισμός Λειτουργίας Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών
- ✓ Ο Εσωτερικός Κανονισμός για την πραγματοποίηση μεταδιδακτορικής έρευνας

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ECTS ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

Ο Συντονιστής ECTS του Ιδρύματος είναι ο εκάστοτε Πρόεδρος της Μονάδας Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟΔΙΠ), ο οποίος διασφαλίζει τη συμμόρφωση του Ιδρύματος με τις αρχές και τους κανόνες του ευρωπαϊκού συστήματος συσσώρευσης και μεταφοράς πιστωτικών μονάδων,



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

επιβλέπει την τήρηση και εφαρμογή τους και είναι υπεύθυνος για την πλήρη αναγνώριση και μεταφορά των πιστωτικών μονάδων.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Απονεμόμενος ακαδημαϊκός τίτλος:

Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) στην Αναλυτική Μάρκετινγκ (M.Sc. in Marketing Analytics).

Γνωστικό αντικείμενο:

Το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών έχει ως αντικείμενο την προαγωγή της γνώσης και την ανάπτυξη της έρευνας στο πεδίο της επιστήμης και της αναλυτικής του μάρκετινγκ, το οποίο περιλαμβάνει ποσοτικές αναλύσεις, υποδείγματα, έρευνες και στηρίζει τη λήψη αποφάσεων στο μάρκετινγκ με ανάλυση ποσοτικών δεδομένων από τη συμπεριφορά των καταναλωτών στο φυσικό ή ψηφιακό περιβάλλον.

Το πρόγραμμα εστιάζει στα ακόλουθα αντικείμενα:

- α) Επιστήμη Μάρκετινγκ (Marketing Science), δηλαδή την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων και ποσοτικής έρευνας στο Μάρκετινγκ.
- β) Αναλυτική Μάρκετινγκ, δηλαδή τη μέτρηση, περιγραφή, αξιολόγηση, πρόβλεψη, βελτιστοποίηση και αξιοποίηση δεδομένων από ενέργειες του Μάρκετινγκ

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα:

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του Προγράμματος Σπουδών, οι διπλωματούχοι του ΠΜΣ «Αναλυτική Μάρκετινγκ» είναι σε θέση:

- Να αποδεικνύουν τη χρησιμότητα των ακαδημαϊκών γνώσεων στον χώρο της αγοράς.
- Να χρησιμοποιούν τη γνώση και την κατανόσή τους, που έχουν λάβει, προκειμένου να επιλύουν σύνθετα προβλήματα μάρκετινγκ, ειδικά στο σύγχρονο ανταγωνιστικό και αβέβαιο περιβάλλον που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.
- Να διατυπώνουν με σαφήνεια τις σκέψεις και τις προτάσεις τους στο εργασιακό και επαγγελματικό περιβάλλον.
- Να επιλέγουν, εξειδικεύουν και εφαρμόζουν βασικά και προηγμένα ποσοτικά υποδείγματα σε δεδομένα που δημιουργούνται στον χώρο του μάρκετινγκ.
- Να κατανοούν τους βασικούς στρατηγικούς δείκτες αποτίμησης και να αξιοποιούν τα δεδομένα επισκεψιμότητας ιστοσελίδων και ψηφιακών διαφημιστικών καμπανιών για τη λήψη αποτελεσματικών διοικητικών αποφάσεων.
- Να αναλύουν ποικίλα δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα, συμπεριλαμβανομένων των δεδομένων κειμένου.
- Να διαχειρίζονται χαρακτηριστικά παραδείγματα δεδομένων κειμένου, όπως κριτικές πελατών και ειδικών, σχόλια σε κοινωνικά δίκτυα, ιστολόγια, άρθρα ενημέρωσης, και



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

περιγραφές προϊόντων σε ηλεκτρονικό εμπόριο.

- Να εκτελούν όλα τα στάδια διαχείρισης δεδομένων κειμένου, από τη συλλογή (web scraping), προετοιμασία (clearing and parsing), μέχρι την ανάλυση τους.
- Να χρησιμοποιούν γλώσσα προγραμματισμού για να επιλύσουν πρακτικά προβλήματα σχετικά με δεδομένα κειμένου, όπως επεξεργασία συναισθημάτων, κατηγοριοποίηση, μοντελοποίηση θεμάτων, δημιουργία περιλήψεων, και επεξεργασία οντοτήτων
- Να αναγνωρίζουν τις βασικές έννοιες της Τεχνητής Νοημοσύνης και της Μηχανικής Μάθησης και των Νευρωνικών Δικτύων, τα οποία θα μπορούν να χρησιμοποιούν σε προβλήματα πρόβλεψης και ταξινόμησης (π.χ. πρόβλεψη αποχώρησης πελατών)
- Να επιλύουν το πρόβλημα του σχεδιασμού νέου προϊόντος με αλγορίθμους βελτιστοποίησης
- Να αναπτύξουν μια βαθιά γνώση για το περιεχόμενο των πολυμεταβλητών αναλύσεων και να τις συνδέουν δημιουργικά με τη διοίκηση μάρκετινγκ ενώ παράλληλα να μπορούν να τις αξιολογούν και να επιλέγουν εκείνη την πολυμεταβλητή ανάλυση που ταιριάζει στο πρόβλημα απόφασης που αντιμετωπίζουν και στα δεδομένα που μπορούν να έχουν διαθέσιμα ως στελέχη

Πρόσβαση σε περαιτέρω σπουδές:

Το Δ.Μ.Σ. παρέχει πρόσβαση σε προγράμματα 3^{ου} κύκλου σπουδών που οδηγούν στη λήψη Διδακτορικού Διπλώματος

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Προϋποθέσεις εισαγωγής

Για την εισαγωγή στο πρόγραμμα απαιτείται:

- Τίτλος πρώτου κύκλου σπουδών Α.Ε.Ι. ημεδαπής ή ομοταγών ιδρυμάτων της αλλοδαπής. Για την αποδοχή των αιτήσεων των αλλοδαπών φοιτητών, η αρμόδια Γραμματεία ελέγχει αν το ίδρυμα απονομής του τίτλου αλλοδαπού ιδρύματος ανήκει στο Εθνικό Μητρώο Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων της αλλοδαπής και αν ο τύπος του τίτλου ανήκει στο Εθνικό Μητρώο Τύπων Τίτλων Σπουδών Αναγνωρισμένων Ιδρυμάτων που είναι αναρτημένα στον ιστότοπο του ΔΟΑΤΑΠ, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.
- Γνώση της αγγλικής γλώσσας σε επίπεδο Γ2 για τα τμήματα πλήρους φοίτησης και Γ1 για το τμήμα μερικής φοίτησης
- Αποδεδειγμένη επαγγελματική προϋπηρεσία για το τμήμα μερικής φοίτησης

Διαδικασία αίτησης

Κάθε έτος δημοσιεύεται και αναρτάται στην ιστοσελίδα του μεταπτυχιακού και του Ιδρύματος, προκήρυξη για την εισαγωγή των μεταπτυχιακών φοιτητών στο Π.Μ.Σ., με εισήγηση του Διευθυντή και απόφαση της Συνέλευσης του τμήματος.

Οι υποψήφιοι μπορούν να υποβάλλουν την αίτησή τους μέσα στην προθεσμία που δίνεται με τη δημοσίευση της προκήρυξης. Η διαδικασία υποβολής αίτησης καθώς και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά περιγράφονται λεπτομερώς στο κείμενο της προκήρυξης.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Διαδικασία Επιλογής

Η επιλογή των φοιτητών γίνεται σύμφωνα με τις διατάξεις του ν.4957/2022 και τις προβλέψεις του Κανονισμού Λειτουργίας του Π.Μ.Σ.

Η διαδικασία επιλογής είναι η ακόλουθη:

- α) Η Γραμματεία του Π.Μ.Σ. καταρτίζει κατ' αρχήν έναν πλήρη κατάλογο όσων έχουν υποβάλει αίτηση.
- β) Η Επιτροπή Αξιολόγησης Υποψηφίων:
 - βα) Απορρίπτει τους υποψηφίους που δεν πληρούν τα κριτήρια επιλογής.
 - ββ) Μοριοδοτεί τους υποψηφίους σύμφωνα με τα κριτήρια που έχουν αποφασισθεί.
 - βγ) Ιεραρχεί βαθμολογικά τους υποψηφίους και προβαίνει στην έκδοση προσωρινού πίνακα επιλογής.
 - βδ) Καλεί σε συνέντευξη (εφόσον προβλέπεται) όσους υποψηφίους αποφασιστεί να κληθούν.
 - βε) Με βάση την τελική βαθμολογία των υποψηφίων καταρτίζει τον τελικό πίνακα επιλογής.

Ο τελικός πίνακας των επιτυχόντων και τυχόν επιλαχόντων επικυρώνεται από τη Συνέλευση του Τμήματος.

Οι επιτυχόντες, ύστερα από ενημέρωσή τους από τη Γραμματεία, καλούνται να απαντήσουν εγγράφως εντός επτά (7) ημερών για το αν αποδέχονται την ένταξή τους στο Π.Μ.Σ. Η άπρακτη πάροδος της ανωτέρω προθεσμίας ισοδυναμεί με άρνηση αποδοχής μετά την οποία η Γραμματεία του Π.Μ.Σ. ενημερώνει τον αμέσως επόμενο στη σειρά αξιολόγησης από το σχετικό πίνακα επιτυχόντων. Για την ένταξη στο Π.Μ.Σ. είναι απαραίτητη η κατάθεση ποσού 1.400 € (χίλια τετρακόσια ευρώ) ως έναντι της 1ης δόσης των τελών φοίτησης εντός του ίδιου διαστήματος με την αποδοχή της ένταξής τους στο Π.Μ.Σ.

Αριθμός εισακτέων

Ο αριθμός εισακτέων στο Π.Μ.Σ. ορίζεται κατ' ανώτατο όριο στους ενενήντα εννέα (72) μεταπτυχιακούς φοιτητές, οι οποίοι κατανέμονται ισομερώς στα δύο τμήματα (36 στο πλήρους φοίτησης και 36 στο μερικής φοίτησης).

Εγγραφή

Η εγγραφή των εισακτέων μεταπτυχιακών φοιτητών κάθε έτους γίνεται σε προθεσμίες που ορίζονται από τον Διευθυντή κατόπιν έγκρισης της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.. Ο υποψήφιος πριν εγγραφεί, λαμβάνει γνώση του Κανονισμού Λειτουργίας του Π.Μ.Σ. του Κανονισμού Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών του ΟΠΑ (Β' 3140/2023), του Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Β' 7257/2022) και δηλώνει εγγράφως ότι τους αποδέχεται.

**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027****Τέλη φοίτησης**

Τα τέλη φοίτησης για την παρακολούθηση του Π.Μ.Σ. ορίζονται στο άρθρο 8 της πράξης επανίδρυσης του προγράμματος και υπάρχει δυνατότητα τμηματικής καταβολής, η οποία ορίζεται από το πρόγραμμα.

Οι επιλεγμένοι μεταπτυχιακοί φοιτητές προκαταβάλουν μέρος των συνολικών τελών φοίτησης για την κατοχύρωση της προσφερόμενης θέσης.

Τυχόν καταβληθέντα τέλη φοίτησης δεν επιστρέφονται, εάν για οποιονδήποτε λόγο ο φοιτητής θελήσει ή αναγκασθεί να διακόψει τη φοίτησή του στο πρόγραμμα.

Τα τέλη φοίτησης έχουν ως εξής:

- **Τμήμα μερικής φοίτησης:** 5.800 €
- **Τμήμα πλήρους φοίτησης:** 4.800 €

Υποτροφίες

Το Π.Μ.Σ. δύναται να χορηγεί βραβεία-υποτροφίες σε φοιτητές με εξαιρετικές επιδόσεις, σύμφωνα με κριτήρια και διαδικασία που καθορίζεται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**Πιστωτικές μονάδες**

Το σύνολο των πιστωτικών μονάδων του προγράμματος είναι ενενήντα (90) πιστωτικές μονάδες (Π.Μ.)

Απόκτηση του Δ.Μ.Σ.

Για την απόκτηση του Δ.Μ.Σ. απαιτείται η υποχρεωτική παρακολούθηση και επιτυχής εξέταση 8 μαθημάτων κορμού και 2 μαθημάτων επιλογής τα οποία αντιστοιχούν σε 60 Π.Μ. και εκπόνηση διπλωματικής εργασίας, η οποία αντιστοιχεί σε 30 Π.Μ. Ο μεταπτυχιακός φοιτητής ολοκληρώνει τις σπουδές του και λαμβάνει το Δ.Μ.Σ. όταν εκπληρώσει όλες τις προβλεπόμενες υποχρεώσεις, δηλαδή επιτυχή εξέταση στα μαθήματα του προγράμματος, έγκριση της διπλωματικής εργασίας και εξόφληση των τελών φοίτησης.

Μαθήματα προγράμματος σπουδών

Α ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm53101	Αρχές Μάρκετινγκ για Αναλυτές - Foundations of marketing for analysts	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
bm53102	Προηγμένη ποσοτική έρευνα καταναλωτή - Advanced quantitative consumer research	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

bm53103	Ποσοτικά υποδείγματα μάρκετινγκ – Quantitative marketing models	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
bm53104	Αναλυτική Ψηφιακού Μάρκετινγκ - Digital marketing analytics	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
bm53105	Αναλυτική Μάρκετινγκ Κοινωνικών Μέσων - Social Media marketing analytics	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
Β ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ (3 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΚΑΙ 2 ΕΠΙΛΟΓΗΣ)			
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ECTS
bm53106	Αναλυτική για Αποφάσεις Μάρκετινγκ - Analytics for marketing decisions	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
bm53107	Τεχνητή Νοημοσύνη και Μηχανική Μάθηση με Εφαρμογές στο Μάρκετινγκ - Artificial intelligence and machine learning with marketing applications	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
bm53108	Αναλυτική Κειμένου και Εξόρυξη Διαδικτύου για Μάρκετινγκ - Text analytics and web mining for marketing	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	6
Μάθημα επιλογής 1			6
Μάθημα επιλογής 2			6
ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			30
bm53109	Διπλωματική εργασία/Master Thesis	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ	30
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΑΜΗΝΟΥ			90
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ			
Πολυμεταβλητή ανάλυση με εφαρμογές μάρκετινγκ – Multivariate analysis with marketing applications			
Προηγμένη συμπεριφορά καταναλωτή – Advanced consumer behavior			
Προηγμένη διοίκηση προϊόντος και μάρκας - Advanced Product and Brand Management			
Προηγμένη ψηφιακή αναλυτική & βελτιστοποίηση - Advanced digital analytics & optimization			

Το πρόγραμμα εμπλουτίζεται από σειρά εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων που τα υποστηρίζουν και αποσκοπούν στην ανάπτυξη της συνθετικής σκέψης και ικανότητας των φοιτητών. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες αφορούν: εργαστήρια, φροντιστήρια, παίγνια προσομοίωσης, ερευνητικά σεμινάρια, ανάλυση μελετών περίπτωσης, εργασίες πεδίου, ατομική έρευνα και ασκήσεις e-class. Συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια των εξαμήνων και συνοδευτικά των μαθημάτων προσφέρονται τα εξής φροντιστηριακά μαθήματα:



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Σεμινάριο «Εισαγωγή στην Ανάλυση Δεδομένων»
- Σεμινάριο «Εισαγωγή στο χειρισμό του SPSS»
- Στοιχεία προγραμματισμού με Python
- Παίγνιο προσομοίωσης Marketing Game
- Ανάλυση δεδομένων με τη χρήση του SPSS

Με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος και έγκριση της Συγκλήτου του Ο.Π.Α. μπορεί να γίνονται προσθήκες ή αφαιρέσεις μαθημάτων από το αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών. Ανακατανομή των μαθημάτων μεταξύ των εξαμήνων μπορεί να γίνει με απόφαση της Σ.Ε. του Π.Μ.Σ.

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι

Η διδασκαλία των μαθημάτων του προγράμματος ανατίθεται από τη Συνέλευση του Τμήματος, μετά από εισήγηση του Διευθυντή.

Οι διδάσκοντες προτείνουν στους φοιτητές κατάλογο διδακτικών βιβλίων, άρθρων και βοηθημάτων προς διευκόλυνσή τους. Επίσης, στην αρχή κάθε περιόδου παρέχουν στους φοιτητές περιγραφή του περιεχομένου κάθε μαθήματος και των εργασιών που θα δοθούν κατά τη διάρκεια του μαθήματος. Για την ενημέρωση των φοιτητών και την ανάρτηση του εκπαιδευτικού υλικού χρησιμοποιείται η πλατφόρμα e-class του Πανεπιστημίου.

Στη διδασκαλία χρησιμοποιούνται διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων, εκπόνηση εργασιών, επιχειρηματικά παίγνια και φροντιστηριακά μαθήματα. Γίνονται επίσης σεμινάρια και εισηγήσεις επισκεπτών από τον χώρο των επιχειρήσεων και της ανώτατης εκπαίδευσης. Υπάρχει πλήρης ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας με όλους τους τρόπους που εγκρίνει το ίδρυμα για το διδακτικό έργο.

Η διδασκαλία των μαθημάτων διεξάγεται υποχρεωτικά με μέσα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης σε ποσοστό τριάντα πέντε τοις εκατό (35%). Το ποσοστό αυτό δύναται να αυξηθεί εφόσον το επιτρέψει το κανονιστικό πλαίσιο των μεταπτυχιακών σπουδών.

Παρακολούθηση του προγράμματος

Η παρακολούθηση των μαθημάτων είναι υποχρεωτική, ενώ οι ελάχιστες διδακτικές ώρες που αντιστοιχούν σε κάθε μάθημα είναι 21. Η Γραμματεία του προγράμματος τηρεί σχετικό παρουσιολόγιο και σε περίπτωση που οι απουσίες σε ένα μάθημα ξεπερνούν το 1/3 των ωρών φοίτησης, ο φοιτητής θεωρείται αποτυχών στο μάθημα και το επαναλαμβάνει την αμέσως επόμενη περίοδο που θα διεξαχθεί.

Γλώσσα διξαγωγής

Η διδασκαλία, οι εξετάσεις των μαθημάτων και η εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας γίνονται στην Ελληνική ή/και Αγγλική γλώσσα.

Αξιολόγηση φοιτητών

Η τελική αξιολόγηση κάθε μαθήματος γίνεται με γραπτές ή προφορικές εξετάσεις ή/ και εργασίες.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Η διαμόρφωση του τελικού βαθμού κάθε μαθήματος καθορίζεται από τους εκάστοτε διδάσκοντες. Σε αυτόν μπορούν να συμμετέχουν οι ατομικές και ομαδικές εργασίες των φοιτητών.

Η διαμόρφωση του τελικού προγράμματος των εξετάσεων του κάθε μαθήματος ανακοινώνεται εγκαίρως και η συμμετοχή είναι υποχρεωτική. Οι εξεταζόμενοι φοιτητές οφείλουν να υπακούουν πλήρως στις οδηγίες των διδασκόντων και των επιτηρητών και να συμμορφώνονται απολύτως με τον Οδηγό Διεξαγωγής Εξετάσεων του Ο.Π.Α.

Στο άρθρο 9 του Κανονισμού Λειτουργίας (ΦΕΚ 7385/τ.Β'/27-12-2023) του μεταπτυχιακού βρίσκονται αναλυτικά οι Κανόνες Εξετάσεων και Αξιολόγησης Επιδόσεων .



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΝΟΤΗΤΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53101	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΑΝΑΛΥΤΕΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	6	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ή/και ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/prograsmmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Χρησιμοποιούν τη γνώση και την κατανόησή τους, που έχουν λάβει, προκειμένου να επιλύουν σύνθετα προβλήματα μάρκετινγκ, ειδικά στο σύγχρονο ανταγωνιστικό και αβέβαιο περιβάλλον που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.
- Κοινοποιούν με σαφήνεια τις σκέψεις και τις προτάσεις τους στους συναδέλφους τους και τα ευρύτερα κοινά ενδιαφερομένων (stakeholders) με τα οποία συνεργάζεται μια επιχείρηση.
- Διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες προκειμένου να συνεχίσουν τις σπουδές τους σε ένα ανώτερο επίπεδο (π.χ., 3ο κύκλο σπουδών).

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.
- Λήψη αποφάσεων.
- Αυτόνομη εργασία.
- Ομαδική εργασία.
- Εργασία σε διεθνές περιβάλλον.
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον.
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών.
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ο βασικός σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει τη σημασία και τη συνεισφορά του μάρκετινγκ σε μία επιχείρηση σε συνδυασμό με τη διαδικασία που απαιτείται για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων μάρκετινγκ. Ειδικότερα, το μάθημα στοχεύει να οδηγήσει τους φοιτητές στην κατανόηση της φιλοσοφίας και της λειτουργίας του μάρκετινγκ, στην εξοικείωση με την έννοια της διοικητικής του μάρκετινγκ (marketing management), και στην κατανόηση αναλυτικών εργαλείων που απαιτούνται στα πλαίσια της λήψης στρατηγικών αποφάσεων μάρκετινγκ και της δημιουργία ενός σχεδίου μάρκετινγκ (ανάλυση περιβάλλοντος, στόχοι μάρκετινγκ, στρατηγικές και τακτικές μάρκετινγκ, έλεγχος αποτελεσμάτων). Η προσέγγιση των ανωτέρω θεμάτων είναι αναλυτική και εφαρμοσμένη.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Ναι.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	50
	Φροντιστήριο	40
	Αυτοτελής Μελέτη	50
	Διαλέξεις Επισκεπτών	10
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες	Η γλώσσα αξιολόγησης είναι η ελληνική ή/και αγγλική. Οι μέθοδοι αξιολόγησης βασίζονται σε γραπτές εξετάσεις με τη μορφή ερωτήσεων ανάπτυξης (70% του τελικού βαθμού) καθώς και σε εργαστηριακή εργασία (30% του τελικού βαθμού). Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι ρητά προσδιορισμένα και προσβάσιμα από τους φοιτητές στην πλατφόρμα e-class του μαθήματος.	



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

*Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα
κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που
είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;*

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bendle, N.T., Farris, P.W., Pfeifer, P.E. and Reibstein, D.J. (2019), Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance, 3rd Edition, Pearson, New Jersey.
- Kotler P. and Keller, K.L. (Latest Edition), Marketing Management, Prentice Hall, New Jersey.
- Μπάλτας, Γ. και Ρεπούσης, Π. (2018), Επιχειρησιακή Αναλυτική & Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ & Διαδικτύου, 2^η έκδοση, Rosili, Αθήνα.



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53102	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων</i>	Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα <i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i> <i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i> - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων <i>Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:</i> - Αναπτύξουν μια βαθιά γνώση για το περιεχόμενο των προηγμένων μεθόδων ποσοτικής έρευνας καταναλωτή.
--



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Μπορούν κριτικά να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές των προηγμένων μεθόδων ποσοτικής έρευνας καταναλωτή.
- Συνδέουν δημιουργικά τη διοίκηση μάρκετινγκ με τη συμπεριφορά καταναλωτή και τις προηγμένες μεθόδους ποσοτικής έρευνας.
- Αξιολογούν κριτικά τις προηγμένες μεθόδους ποσοτικής έρευνας και να επιλέγουν την προηγμένη μέθοδο ποσοτικής έρευνας καταναλωτή που βέλτιστα ταιριάζει στο πρόβλημα απόφασης που αντιμετωπίζουν ως στελέχη.
- Εφαρμόζουν έγκυρα την προηγμένη μέθοδο ποσοτικής έρευνας καταναλωτή που έχουν επιλέξει σε όλα της τα στάδια από το σχεδιασμό έως την ανάλυση των δεδομένων και την εξαγωγή συμπερασμάτων και προτάσεων.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Καθώς αυξάνεται η πολυπλοκότητα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν τα στελέχη των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και η ανάγκη για πληροφορίες σχετικά με το περιβάλλον, τον ανταγωνισμό και κυρίως για τους καταναλωτές/πελάτες που θα βοηθήσουν στη λήψη αποφάσεων (evidence-based decision making). Ως στέλεχος στο χώρο των επιχειρήσεων, οι σπουδαστές θα χρειαστεί να έρθουν σε συχνή επαφή με δεδομένα καταναλωτών και εργαλεία ανάλυσής τους σε όλη τη διάρκεια της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας.

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποκτήσουν οι σπουδαστές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να είναι αποτελεσματικοί και ευφυείς χρήστες των προηγμένων εργαλείων ποσοτικής έρευνας καταναλωτή. Σκοπός του συγκεκριμένου μαθήματος είναι να εισάγει τους σπουδαστές στις προηγμένες μεθόδους ποσοτικής έρευνας καταναλωτή που θα τους επιτρέψουν να διερευνήσουν εις βάθος συμπεριφορές και προτιμήσεις. Το μάθημα καλύπτει θέματα όπως πειραματικός σχεδιασμός και ανάλυση πειραματικών δεδομένων, μέθοδοι έρευνας για κατάτμηση της αγοράς και ανάλυση



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

των δεδομένων τους, μέθοδοι για αξιολόγηση χαρακτηριστικών προϊόντων και ανάλυση των δεδομένων τους, μέθοδοι για μέτρηση της εικόνας και της τοποθέτησης μίας μάρκας και ανάλυση των δεδομένων τους και ειδικά θέματα έρευνας καταναλωτή. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στο να συνδεθούν οι προηγμένες μέθοδοι ποσοτικής έρευνας καταναλωτή με τη λήψη αποφάσεων μέσω της χρήσης εφαρμόσιμων μελετών περίπτωσης από πραγματικά επιχειρησιακά περιβάλλοντα. Εξίσου σημαντικός σκοπός είναι να δοθεί η ευκαιρία στους σπουδαστές να αναπτύξουν τις δικές τους δεξιότητες στη χρήση σχετικών λογισμικών πακέτων (π.χ., SPSS) που επιτρέπουν την ανάλυση των δεδομένων που αφορούν τους καταναλωτές.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Ανεξάρτητη μελέτη και εξάσκηση στις ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης	40
	Μη καθοδηγούμενη μελέτη λοιπής ύλης και εννοιών μαθήματος	14
	Εκπόνηση ποσοτικών αναλύσεων εργασίας	40
	Συγγραφή εργασίας	20
	Σύνολο μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή	Διαμορφωτική Αξιολόγηση Μικρά quiz και επαναληπτικές ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής με βάση τη διάλεξη της προηγούμενης εβδομάδας καθώς και ζητήματα που οι φοιτητές πρέπει να προετοιμάσουν στο σπίτι υπό τη μορφή homework συζητούνται στην αρχή κάθε μαθήματος διαλευκαίνοντας	



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

<i>Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i> <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</i>	απορίες, ζητήματα, κατανόησης και δίνοντας ανατροφοδότηση στους φοιτητές έτσι για την πρόοδό τους. Αθροιστική Αξιολόγηση Γραπτή εξέταση διάρκειας 3 ωρών με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων (βαρύτητα 70%) Ατομική εργασία με τη μορφή γραπτής αναλυτικής αναφοράς (βαρύτητα 30%) Υπάρχουν ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και είναι δηλωμένα από την αρχή της χρονιάς και ανεβασμένα στην πλατφόρμα του eclass και στον οδηγό του μαθήματος και στις διαφάνειες της πρώτης διάλεξης. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά ή/και αγγλικά
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1)	Επιχειρησιακή Αναλυτική και Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ και Διαδικτύου (2018), Μπάλτας και Ρεπούσης, Rosili, 2η Βελτιωμένη Έκδοση, (M&P)
2)	Multivariate Data Analysis (2014) Hair Jr., Black, Babin and Anderson, Pearson Education Limited, 7th International Edition (H et al)
3)	Discovering Statistics Using IBM SPSS (2018) Field, Sage, 5th edition (F)

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53103	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	6	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programmaspoudon

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

Επιλέγουν, εξειδικεύουν και εφαρμόζουν βασικά και προηγμένα ποσοτικά υποδείγματα σε δεδομένα που δημιουργούνται στον χώρο του μάρκετινγκ

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα «Ποσοτικά υποδείγματα μάρκετινγκ» εισάγει στους σπουδαστές στο πεδίο των ποσοτικών υποδειγμάτων με έμφαση στα μικροοικονομετρικά μοντέλα (microeconomic models) και τις εφαρμογές τους στο μάρκετινγκ. Περιλαμβάνονται ποσοτικά μοντέλα για διάφορα είδη εξαρτημένων μεταβλητών όπως συνεχείς, διατεταγμένες, ποιοτικές, και περιορισμένες εξαρτημένες μεταβλητές. Παρουσιάζονται επίσης υποδείγματα παλινδρόμησης για δεδομένα πάνελ (panel data models). Οι σπουδαστές μαθαίνουν πώς να επιλέγουν, εξειδικεύουν και εφαρμόζουν βασικά και προηγμένα ποσοτικά υποδείγματα σε δεδομένα που δημιουργούνται στον χώρο του μάρκετινγκ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Ναι.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Εργαστηριακή άσκηση	70
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου.	



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Γραπτή εργασία. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι ρητά προσδιορισμένα και προσβάσιμα από τους φοιτητές στην πλατφόρμα e-class του μαθήματος.
---	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Gary L. Lilien, Arvind Rangaswamy & Arnaud De Bruyn (2017). Principles of Marketing Engineering and Analytics.

Baltas, G. & Repousis, P. (2019). Business analytics and quantitative marketing models. 2nd Edition. Rosili publications, Athens.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53104	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	1 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		Επιστημονικής Περιοχής	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:		ΟΧΙ	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:		ΕΛΛΗΝΙΚΑ ή/και ΑΓΓΛΙΚΑ	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS		ΟΧΙ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programaspoudon	

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να κατανοούν και αξιοποιούν τους βασικούς στρατηγικούς δείκτες αποτίμησης και να αξιοποιούν τα δεδομένα επισκεψιμότητας web site και ψηφιακών διαφημιστικών καμπανιών για τη λήψη αποτελεσματικών διοικητικών αποφάσεων.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Επιπρόσθετα, θα έχουν κατανοήσει τα κύρια χαρακτηριστικά και δυνατότητες των ψηφιακών καναλιών και εργαλείων μάρκετινγκ.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- (α) εισαγωγή στην αναλυτική διαδικτύου,
- (β) στρατηγική μάρκετινγκ στην ψηφιακή εποχή,
- (γ) ψηφιακές διαφημιστικές εκστρατείες και ανάλυση της απόδοσης τους,
- (δ) εταιρική παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα και ανάλυση της αλληλεπίδρασης με τους ψηφιακούς ακολούθους.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία & στην Επικοινωνία με τους φοιτητές (e-class, ppt, παρουσίαση εργαλείων και πλατφορμών ψηφιακού μάρκετινγκ).	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	125



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Ανάλυση case studies Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	4 150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Οι φοιτητές αξιολογούνται μέσω τελικών γραπτών εξετάσεων που εμπεριέχουν ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων και επίλυση προβλημάτων. Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα στους φοιτητές μέσω e-class. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Marketing Metrics 2022, Leverage Analytics and Data to Optimize Marketing Strategies, Christina Inge, Kogan Page Ltd



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ		ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
ΤΜΗΜΑ		ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ		ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		bm53105	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ 1ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ		ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ	
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων		Επιστημονικής Περιοχής	
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:		ΟΧΙ	
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:		Ελληνικά ή/και Αγγλικά	
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS		ΟΧΙ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)		https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/progrmmaspoudon	

1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Οι φοιτητές:

Θα είναι σε θέση να αξιοποιήσουν πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και άλλα ψηφιακά μέσα για εφαρμογές μάρκετινγκ, προωθώντας αποτελεσματικά περιεχόμενο και εκστρατείες.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Θα μάθουν πώς να αναλύουν και να ερμηνεύουν δεδομένα από ψηφιακά μέσα, συμπεριλαμβανομένης της αξιολόγησης και ερμηνείας των αποτελεσμάτων εκστρατειών.

Θα αποκτήσουν εμπειρία στη χρήση εργαλείων για την αυτόματη συλλογή δεδομένων από διάφορες διαδικτυακές πηγές, βοηθώντας στη μοντελοποίηση και παρακολούθηση της φήμης εταιρειών ή συγκεκριμένων προϊόντων.

Θα εκπαιδευτούν στην εφαρμογή μεθόδων για την ανάλυση της δομής των κοινωνικών δικτύων, όπως η ομαδοποίηση χρηστών με κοινά χαρακτηριστικά, η αναγνώριση τάσεων, η μοντελοποίηση της διασποράς περιεχομένου στο δίκτυο και ο εντοπισμός κομβικών χρηστών με ευρύ φάσμα επιρροής.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Αυτόνομη εργασία

2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η εκπαίδευση πάνω στην αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων ψηφιακών μέσων για εφαρμογές μάρκετινγκ, καθώς και πάνω σε τεχνικές ανάλυσης δεδομένων από ψηφιακά μέσα. Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν να χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες και κανάλια για την προώθηση περιεχομένου, καθώς και να αξιολογούν και να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα εκστρατειών προώθησης. Έμφαση θα δοθεί σε σύγχρονες δημοφιλείς πλατφόρμες (π.χ. Facebook, Twitter, Youtube, κ.α.). Οι εκπαιδευόμενοι θα εκτεθούν επίσης σε εργαλεία για την αυτόματη συλλογή δεδομένων από διάφορες διαδικτυακές πηγές, με σκοπό την μοντελοποίηση και παρακολούθηση της φήμης μίας εταιρείας ή ενός συγκεκριμένου προϊόντος (brand monitoring, mentioning και social listening). Τέλος, οι φοιτητές θα εκτεθούν σε μεθόδους ανάλυσης της δομής ενός κοινωνικού δικτύου, στο πλαίσιο πρακτικών εφαρμογών, όπως η ομαδοποίηση χρηστών με κοινά χαρακτηριστικά, η αναγνώριση τάσεων και η μοντελοποίηση της διασποράς τους στο δίκτυο, καθώς και ο εντοπισμός κομβικών χρηστών με ευρύ φάσμα επιρροής.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	Εξ'αποστάσεως εκπαίδευση
Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ	



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.		
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	ΝΑΙ Python programming language, χρήση εργαλείων αναλυτικής από μεγάλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Συγγραφή εργασιών	70
	Σύνολο μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που	Οι φοιτητές αξιολογούνται μέσα από πολλαπλές γραπτές εργασίες. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά ή/και Αγγλικά Οι φοιτητές ενημερώνονται κατά την έναρξη των μαθημάτων για τα κριτήρια αξιολόγησης.	



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Όλο το απαραίτητο υλικό παρέχεται στους φοιτητές στο πλαίσιο του μαθήματος μέσα από σημειώσεις και πρόσβαση σε δωρεάν online resources.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53106	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΓΙΑ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:
--



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Κατανόηση της Επιχειρησιακής Έρευνας και Λήψης Αποφάσεων: Οι φοιτητές αναμένεται να κατανοήσουν τη βασική έννοια και τη σημασία της επιχειρησιακής έρευνας και της λήψης αποφάσεων στον τομέα του μάρκετινγκ.

Δημιουργία Ποσοτικών Υποδειγμάτων και Μαθηματικών Μοντέλων: Ανάπτυξη ικανοτήτων για τη δημιουργία και εφαρμογή ποσοτικών υποδειγμάτων και μαθηματικών μοντέλων για την επίλυση προβλημάτων μάρκετινγκ.

Εφαρμογή Αλγορίθμων και Εργαλείων Ανάλυσης Δεδομένων: Εκμάθηση της χρήσης διαφόρων αλγορίθμων και εργαλείων για την ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων, με στόχο τη βελτιστοποίηση της λήψης αποφάσεων.

Κατανόηση της Διαδικασίας Λήψης Αποφάσεων στο Μάρκετινγκ: Απόκτηση βαθιάς κατανόησης της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και της εφαρμογής της σε πρακτικά προβλήματα μάρκετινγκ.

Μελέτη Ειδικών Περιπτώσεων στο Μάρκετινγκ: Εξέταση ειδικών περιπτώσεων στο μάρκετινγκ, όπως την κατανομή διαφημιστικού προϋπολογισμού, τιμολόγηση, δικτύων, ανάθεση και κάλυψη.

Εκμάθηση Γραμμικού και Ακέραιου Προγραμματισμού: Απόκτηση γνώσεων και ικανοτήτων σε τεχνικές όπως ο γραμμικός και ακέραιος προγραμματισμός.

Χρήση Δέντρων Αποφάσεων και Στοχαστικών Μοντέλων: Εκμάθηση της χρήσης δέντρων αποφάσεων για την ανάλυση στοχαστικών προβλημάτων και πολυ-κριτήρια βελτιστοποίηση.

Εφαρμογή Μοντέλων Προσομοίωσης: Ανάπτυξη ικανοτήτων στην εφαρμογή μοντέλων προσομοίωσης για την αποτίμηση και την προσομοίωση διάφορων σεναρίων μάρκετινγκ.

Χρήση Λογισμικού και Εργαλείων: Εκμάθηση και εφαρμογή διαφόρων εργαλείων λογισμικού για την ανάλυση δεδομένων και τη λήψη αποφάσεων.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα Αναλυτική για Αποφάσεις Μάρκετινγκ εισαγάγει τους φοιτητές στην επιχειρησιακή έρευνα και στη λήψη αποφάσεων. Ασχολείται με τη δημιουργία ποσοτικών υποδειγμάτων, μαθηματικών μοντέλων, αλγορίθμων και άλλων εργαλείων με σκοπό την καλά πληροφορημένη οδηγούμενη από τα δεδομένα λήψη αποφάσεων. Παρουσιάζει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και την εφαρμογή της σε προβλήματα μάρκετινγκ, όπως προβλήματα κατανομής διαφημιστικού προϋπολογισμού σε πολλαπλά κανάλια, τιμολόγησης, δικτύων, ανάθεσης και κάλυψης. Εξετάζονται μοντέλα γραμμικού και ακέραιου προγραμματισμού, δέντρα αποφάσεων για στοχαστικά προβλήματα, πολύ-κριτήρια βελτιστοποίηση και μοντέλα προσομοίωσης. Το μάθημα κάνει χρήση διαφόρων εργαλείων λογισμικού.

Ενότητες:

Εισαγωγή στην Επιχειρησιακή Έρευνα

Γραμμικός προγραμματισμός και ανάλυση ευαισθησίας

Μη γραμμικός και ακέραιος προγραμματισμός

Δέντρα αποφάσεων

Τιμολόγηση

Ειδικά θέματα

Μαθηματικός προγραμματισμός με Python

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>ΝΑΙ</i> <i>Εκπαίδευση στη χρήση εργαλείων λογισμικού και προγραμματισμού σε Python</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	50
	Εργαστηριακές ασκήσεις	20
	Εκπόνηση μελέτης	40
	Μελέτη και ανάλυση βιβλιογραφίας	40
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Γραπτή εξέταση. Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, και Επίλυση Προβλημάτων Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

“Introduction to operations research” by Frederick S Hillier, Gerald J Lieberman, 10th edition, McGraw-Hill, 2015.
“Model Building in Mathematical Programming” by H. Paul Williams, 5th Edition, Wiley, 2013.
“Marketing Analytics” by W. L. Winston, Wiley, 2014.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53107	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΜΑΘΗΣΗ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:
--



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Αναγνωρίζουν (κατανόηση) τις βασικές έννοιες της Τεχνητής Νοημοσύνης και της Μηχανικής Μάθησης
- Κατανοούν (κατανόηση) τις βασικές αρχές των Νευρωνικών Δικτύων
- Χρησιμοποιούν (εφαρμογή) Νευρωνικά Δίκτυα σε προβλήματα πρόβλεψης και ταξινόμησης (π.χ. πρόβλεψη Αποχώρησης Πελατών)
- Εφαρμόζουν (εφαρμογή) τις διαφορετικές τεχνικές Συστάσεων
- Εκτιμούν (υπολογίζουν) (ανάλυση) την αντίδραση της αγοράς σε ενέργειες μάρκετινγκ
- Επιλύουν (εφαρμογή) το πρόβλημα του σχεδιασμού νέου προϊόντος με αλγορίθμους βελτιστοποίησης

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Εισαγωγή στην Τεχνητή Νοημοσύνη και τη Μηχανική Μάθηση
2. Τεχνητά Νευρωνικά Δίκτυα
3. Προγνωστική Αναλυτική (predictive analytics)
4. Μηχανική Προτροπών (prompt engineering)
5. Συστήματα Συστάσεων
6. Προσομοίωση αγοράς
7. Σχεδιασμός νέων προϊόντων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Εξ αποστάσεως εκπαίδευση
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Στη διδασκαλία, μέσω πλατφόρμας σύγχρονης τηλεκαίτευσης Στη διδασκαλία, με χρήση υπολογιστικών μοντέλων



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Στην Επικοινωνία με τους φοιτητές, μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class υποστήριξη	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Εκπόνηση μελέτης (project)	40
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	89
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Εκπόνηση μελέτης (project) σχετικά με την επίλυση ενός προβλήματος με μεθόδους μηχανικής μάθησης. Παράδοση γραπτής αναφοράς. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά	

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Malhotra N.K., Sudhir, K. and Toubia, O. (Ed.) (2023), *Artificial Intelligence in Marketing (Review of Marketing Research, Vol. 20)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. i-xxiii.
- Pradeep A.K., Appel Andrew, Sthanunathan Stan (2019), *AI for Marketing and Product Innovation*, Wiley.
- Sterne, J. (2017). *Artificial intelligence for marketing: Practical applications*. John Wiley & Sons
- Syam, N., and Kaul, R. (2021). *Machine Learning and Artificial Intelligence in Marketing and Sales: Essential Reference for Practitioners and Data Scientists*. Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Venkatesan, R. and Lecinski, J. (2021), *The AI Marketing Canvas: A Five-Stage Road Map to Implementing Artificial Intelligence in Marketing*, Stanford University Press, Stanford, California.
- Chintalapati, S., & Pandey, S. K. (2022). Artificial intelligence in marketing: A systematic literature review. *International Journal of Market Research*, 64(1), 38-68. <https://doi.org/10.1177/14707853211018428>
- V. Duarte, S. Zuniga-Jara and S. Contreras, 2022, "Machine Learning and Marketing: A Systematic Literature Review," in *IEEE Access*, vol. 10, pp. 93273-93288, doi: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9869838>
- Liye Ma, Baohong Sun, 2020, *Machine learning and AI in marketing – Connecting computing power to human insights*, *International Journal of Research in Marketing*, Volume 37, Issue 3, Pages 481-504, ISSN 0167-8116, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.04.005>
- Eric W.T. Ngai, Yuanyuan Wu, 2022, *Machine learning in marketing: A literature review, conceptual framework, and research agenda*, *Journal of Business Research*, Volume 145, Pages 35-48, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.049>
- Huang, MH., Rust, R.T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 49, 30–50 <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Božidar Vlačić, Leonardo Corbo, Susana Costa e Silva, Marina Dabić, 2021, *The evolving role of artificial intelligence in marketing: A review and research agenda*, *Journal of Business Research*, Volume 128, Pages 187-203, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.055>
- Gioia Volkmar, Peter M. Fischer, Sven Reinecke, 2022, *Artificial Intelligence and Machine Learning: Exploring drivers, barriers, and future developments in marketing management*, *Journal of Business Research*, Volume 149, Pages 599-614, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.007>
- Abid Haleem, Mohd Javaid, Mohd Asim Qadri, Ravi Pratap Singh, Rajiv Suman, 2022, *Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study*, *International Journal of Intelligent Networks*, Volume 3, Pages 119-132, ISSN 2666-6030, <https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005>
- Mekhail Mustak, Joni Salminen, Loïc Plé, Jochen Wirtz, 2021, *Artificial intelligence in marketing: Topic modeling, scientometric analysis, and research agenda*, *Journal of Business Research*, Volume 124, Pages 389-404, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.044>
- Arnaud De Bruyn, Vijay Viswanathan, Yean Shan Beh, Jürgen Kai-Uwe Brock, Florian von Wangenheim, 2020, *Artificial Intelligence and Marketing: Pitfalls and Opportunities*, *Journal of Interactive Marketing*, Volume 51, Pages 91-105, ISSN 1094-9968, <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.007>
- Colin Campbell, Sean Sands, Carla Ferraro, Hsiu-Yuan (Jody) Tsao, Alexis Mavrommatis, 2020, *From data to action: How marketers can leverage AI*, *Business Horizons*, Volume 63, Issue 2, Pages 227-243, ISSN 0007-6813, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.12.002>



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53108	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΟΡΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΓΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

-Αναλύουν δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα, ειδικότερα δεδομένα κειμένου.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

-Διαχειρίζονται χαρακτηριστικά παραδείγματα δεδομένων κειμένου, όπως κριτικές πελατών και ειδικών, σχόλια σε κοινωνικά δίκτυα, ιστολόγια, άρθρα ενημέρωσης, και περιγραφές προϊόντων σε ηλεκτρονικό εμπόριο.

-Εκτελούν όλα τα στάδια διαχείρισης δεδομένων κειμένου, από τη συλλογή (web scraping), προετοιμασία (clearing and parsing), μέχρι την ανάλυση τους.

-Χρησιμοποιούν την Python για να επιλύσουν πρακτικά προβλήματα σχετικά με δεδομένα κειμένου, όπως επεξεργασία συναισθημάτων, κατηγοριοποίηση, μοντελοποίηση θεμάτων, δημιουργία περιλήψεων, και επεξεργασία οντοτήτων.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

- Αυτόνομη εργασία

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αυτό το μάθημα επιδιώκει να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αναλύουν δεδομένα από τον παγκόσμιο ιστό και από κοινωνικά δίκτυα, και συγκεκριμένα, εστιάζει στην επεξεργασία δεδομένων κειμένου (text data). Χαρακτηριστικά παραδείγματα δεδομένων κειμένου είναι οι κριτικές πελατών και ειδικών (customer and expert reviews), τα σχόλια των χρηστών σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (social media posts), ιστολόγια (blogs), άρθρα σε πλατφόρμες ενημέρωσης (news articles) και οι περιγραφές προϊόντων σε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ύλη του μαθήματος καλύπτει όλα τα στάδια της διαδικασίας που πρέπει να ολοκληρώσει κάποιος που επιθυμεί να δουλέψει με δεδομένα κειμένου: συλλογή από τον παγκόσμιο ιστό (web scraping), προετοιμασία (clearing and parsing) και ανάλυση. Μέσα από το μάθημα, οι φοιτητές θα μάθουν πως να χρησιμοποιούν την Python για να λύσουν πρακτικά προβλήματα σχετικά με δεδομένα κειμένου, όπως επεξεργασία συναισθημάτων (sentiment analysis), κατηγοριοποίηση (classification), μοντελοποίηση θεμάτων (topic modeling), δημιουργία περιλήψεων (summarization), και επεξεργασία οντοτήτων (entity extraction and disambiguation).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ

Εξ'αποστάσεως εκπαίδευση



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.									
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	ΝΑΙ Python programming language, βιβλιοθήκες για επεξεργασία κειμένων και εξόρυξη γνώσης.								
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις</td><td>80</td></tr> <tr> <td>Συγγραφή εργασιών</td><td>70</td></tr> <tr> <td>Σύνολο μαθήματος</td><td>150</td></tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	80	Συγγραφή εργασιών	70	Σύνολο μαθήματος	150
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου								
Διαλέξεις	80								
Συγγραφή εργασιών	70								
Σύνολο μαθήματος	150								
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα	Οι φοιτητές αξιολογούνται μέσα από πολλαπλές εργασίες που είναι βασισμένες σε: * Προγραμματισμό με τη γλώσσα Python * Αλγόριθμους και τεχνικές αναλυτικής σχετικές με την ύλη του μαθήματος. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα μέσω του eclass.								



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που
είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Όλο το απαραίτητο υλικό παρέχεται στους φοιτητές στα πλαίσια του μαθήματος μέσα απο σημειώσεις και προσβάση σε δωρεάν online resources.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53201	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΟΛΥΜΕΤΑΒΛΗΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	3	6	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Κανένα		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/progrmmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:

- Αναπτύξουν μια βαθιά γνώση για το περιεχόμενο των πολυμεταβλητών αναλύσεων.
- Μπορούν κριτικά να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν τις ομοιότητες και τις διαφορές των διαφόρων πολυμεταβλητών αναλύσεων.
- Συνδέουν δημιουργικά τις πολυμεταβλητές αναλύσεις με τη διοίκηση μάρκετινγκ.
- Αξιολογούν κριτικά πολυμεταβλητές αναλύσεις και να επιλέγουν εκείνη που βέλτιστα ταιριάζει στο πρόβλημα απόφασης που αντιμετωπίζουν και στα δεδομένα που μπορούν να έχουν διαθέσιμα ως στελέχη.
- Εφαρμόζουν έγκυρα την επιλεχθείσα πολυμεταβλητή ανάλυση και να εξάγουν συμπεράσματα και προτάσεις για τη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι καταναλωτικές αποφάσεις είναι απότοκος συγκερασμού πολλών επιδρώντων παραγόντων με περίπλοκες σχέσεις μεταξύ τους. Για να αποκτήσει ένα στέλεχος μάρκετινγκ κατανόηση για το πώς διαμορφώνονται αυτές οι αποφάσεις ώστε να μπορέσει να τις επηρεάσει και προβλέψει χρειάζεται να χρησιμοποιήσει δεδομένα τα οποία θα αναλυθούν χρησιμοποιώντας πολυμεταβλητές τεχνικές. Αν και η στατιστική επιστήμη έχει δημιουργήσει πλήθος πολυμεταβλητών αναλύσεων, η εφαρμογή τους στο μάρκετινγκ δεν είναι τόσο συχνή, ειδικά από τα στελέχη.

Σκοπός του μαθήματος είναι η κατανόηση των πολυμεταβλητών αναλύσεων στον χώρο του μάρκετινγκ, καθώς πρέπει να αποτελούν σημαντικό μέρος της καθημερινής διοικητικής πρακτικής τόσο σε εκτελεστικό όσο και σε στρατηγικό επίπεδο. Το μάθημα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο πώς οι πολυμεταβλητές αναλύσεις οδηγούν σε εμπειρικά τεκμηριωμένες αποφάσεις μάρκετινγκ. Το μάθημα καλύπτει ένα μεγάλο εύρος πολυμεταβλητών



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

αναλύσεων, όπως Mediation και moderation analysis, MANOVA, Discriminant Analysis, Canonical analysis, Factor Analysis, Cluster Analysis, Multidimensional Scaling.

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στο να συνδεθούν οι πολυμεταβλητές αναλύσεις με τη λήψη αποφάσεων μέσω της χρήσης εφαρμόσιμων μελετών περίπτωσης από πραγματικά επιχειρησιακά περιβάλλοντα. Εξίσου σημαντικός σκοπός είναι να δοθεί η ευκαιρία στους σπουδαστές να αναπτύξουν τις δικές τους δεξιότητες στη χρήση σχετικών λογισμικών πακέτων (π.χ., SPSS) που επιτρέπουν την πολυμεταβλητή ανάλυση των δεδομένων που αφορούν τους καταναλωτές και το μάρκετινγκ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	<i>Πρόσωπο με πρόσωπο</i>	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	<i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ <i>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS</i>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	21
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	15
	Ανεξάρτητη μελέτη και εξάσκηση στις ποσοτικές μεθόδους ανάλυσης	40
	Μη καθοδηγούμενη μελέτη λοιπής ύλης και εννοιών μαθήματος	14
	Εκπόνηση ποσοτικών αναλύσεων εργασίας	40
	Συγγραφή εργασίας	20
	Σύνολο μαθήματος	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή</i>	Διαμορφωτική Αξιολόγηση Μικρά quiz και επαναληπτικές ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής με βάση τη διάλεξη της προηγούμενης εβδομάδας καθώς και ζητήματα που οι φοιτητές πρέπει να προετοιμάσουν στο σπίτι υπό τη μορφή homework συζητούνται στην αρχή κάθε μαθήματος διαλευκαίνοντας	



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

<i>Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</i> <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;</i>	απορίες, ζητήματα, κατανόησης και δίνοντας ανατροφοδότηση στους φοιτητές έτσι για την πρόοδό τους. Αθροιστική Αξιολόγηση Γραπτή εξέταση διάρκειας 3 ωρών με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων (βαρύτητα 70%) Ατομική εργασία με τη μορφή γραπτής αναλυτικής αναφοράς (βαρύτητα 30%) Υπάρχουν ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και είναι δηλωμένα από την αρχή της χρονιάς και ανεβασμένα στην πλατφόρμα του eclass και στον οδηγό του μαθήματος και στις διαφάνειες της πρώτης διάλεξης. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά
--	---

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1) Επιχειρησιακή Αναλυτική και Ποσοτικά Υποδείγματα Μάρκετινγκ και Διαδικτύου (2018) Μπάλτας και Ρεπούσης, Rosili, 2η Βελτιωμένη Έκδοση, (M&P) 2) An introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (2018) Hayes, A.F. New York: Guilford (2nd Ed.) (H) 3) Multivariate Data Analysis (2014) Hair Jr., Black, Babin and Anderson, Pearson Education Limited, 7th International Edition (H et al) 4) Discovering Statistics Using IBM SPSS (2018) Field, Sage, 5th edition (F)
--



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53103	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να: Να κατανοούν τη συμπεριφορά του καταναλωτή χρησιμοποιώντας κλασσικές και σύγχρονες θεωρήσεις και ερμηνείες της.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι η βαθύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και της διαδικασίας λήψης αγοραστικών αποφάσεων. Στο μάθημα περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, τα εξής θέματα: α) κλασική οικονομική θεωρία καταναλωτή, β) περιορισμένος ορθολογισμός (bounded rationality) και συμπεριφορά καταναλωτή, γ) νοητικές μεροληψίες (cognitive biases), δ) θέματα συμπεριφορικής επιστήμης, ε) εξελικτική ψυχολογία και συμπεριφορά καταναλωτή, στ) νευροεπιστήμη και συμπεριφορά καταναλωτή..

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Εξ αποστάσεως διδασκαλία.	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Ναι.	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο,	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	80
	Διαδραστική διδασκαλία	70
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Γραπτή εξέταση στο τέλος του εξαμήνου. Γραπτή εργασία. Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά Τα κριτήρια αξιολόγησης αναφέρονται ρητά και είναι προσβάσιμα μέσω του eclass

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Baltas, G. & Papastathopoulou, P. 2021. Consumer behavior. 3rd Edition. Rosili publications, Athens.
Solomon, M. R. (2019), Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 13th Edition, Prentice-Hall.
Schiff man, L. & Kanuk, L. (2019), Consumer Behavior, 12th edition, Prentice Hall
Solomon, M., Bamossy, G, Askegaard, S. & Hogg, M. (2019), Consumer Behaviour: A European Perspective, 7 th edition, Pearson.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53203	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/en/marketinganalytics/content/programe-structure		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να γνωρίζουν των θεωρητικό υπόβαθρο και τις πρακτικές προεκτάσεις των ακόλουθων πεδίων: - Βασικές έννοιες διοίκησης χαρτοφυλακίου προϊόντος.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

- Ειδικές ταξινομήσεις προϊόντων.
- Μείγμα προϊόντων.
- Γραμμή προϊόντων.
- Λειτουργικά χαρακτηριστικά του προϊόντος.
- Ποιότητα προϊόντος.
- Στυλ προϊόντος.
- Συσκευασία προϊόντος.
- Άυλα στοιχεία ενός υλικού προϊόντος.
- Γενικές αρχές σήματος και ονόματος μάρκας προϊόντος.
- Διαχρονική εξέλιξη της σημαντικότητας του ονόματος και του σήματος μάρκας προϊόντος για την επιχείρηση και για τον πελάτη.
- Βήματα οικοδόμησης διακριτής και διατηρήσιμης στρατηγικής ανάπτυξης σήματος και ονόματος μάρκας προϊόντος.
- Γενικές αρχές ανάπτυξης νέου προϊόντος.
- Σημαντικότητα του βαθμού καινοτομίας στην επιτυχία ενός νέου προϊόντος.
- Βήματα της διαδικασίας ανάπτυξης νέου προϊόντος.
- Γενικές αρχές κατάργησης προϊόντος.
- Χρησιμότητα του κύκλου ζωής προϊόντος στην αναγνώριση υποψηφίων προς κατάργηση προϊόντων.
- Βήματα διαδικασίας κατάργησης προϊόντος.
- Μοντέλα βέλτιστης ποικιλίας προϊόντων στο ράφι σημείων λιανικής πώλησης.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Γενικές αρχές. Τύποι προϊόντικών αποφάσεων. Επωνυμία και μάρκα. Ανάπτυξη νέου προϊόντος. Κατάργηση προϊόντος.
--

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία Χρήση Τ.Π.Ε. στην επικοινωνία με τους φοιτητές	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	105
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	22,5
	Πρακτικές εφαρμογές θεωρητικού υποβάθρου μέσω εξειδικευμένων μελετών περίπτωσης	22,5
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i> <i>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία</i>	Γλώσσα αξιολόγησης: ελληνικά ή/και αγγλικά Μέθοδος αξιολόγησης: γραπτή εξέταση με ερωτήσεις ανάπτυξης και επίλυσης προβλημάτων. Κριτήρια: η επιτυχής εξέταση στο συγκεκριμένο μάθημα προϋποθέτει απαντήσεις στα θέματα της γραπτής εξέτασης, με τρόπο που καταδεικνύει την ικανότητα των εξεταζόμενων φοιτητών	



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	να χρησιμοποιούν με αφαιρετικό και κριτικό τρόπο το θεωρητικό υπόβαθρο του μαθήματος, προς επίλυση στρατηγικών και τακτικών αποφάσεων πολιτικής προϊόντος της επιχείρησης. Τα κριτήρια αξιολόγησης του συγκεκριμένου μαθήματος, γνωστοποιούνται ρητώς στους φοιτητές κατά την πρώτη διάλεξη του μαθήματος.
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ακολουθώντας την διεθνή πρακτική, το συγκεκριμένο μάθημα βασίζεται σε ολοκλήρου σε αποτελέσματα, θεωρητικές και πρακτικές προεκτάσεις επιστημονικών μελετών που έχουν δημοσιευθεί σε έγκαιρα διεθνή επιστημονικά περιοδικά και αφορούν σε θεματικά πεδία που καλύπτει το συγκεκριμένο μάθημα.

Ενδεικτικά, αναφέρονται οι ακόλουθες βιβλιογραφικές πηγές:

Avlonitis, G.J. (1985). "The techno-economic ecology of the product elimination process". *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 2, No. 3, pp. 175–184.

Broniarczyk, S.M., Hoyer, W.D. and McAlister, L. (1998). "Consumers' perceptions of the assortment offered in a grocery category: The impact of item reduction", *Journal of Marketing Research*, Vol. 35, No. 2, pp. 166–176.

Chen L., Zhang P., Li. S. and Turner, S.F. (2022). "Growing pains: The effect of generational product innovation on mobile games performance", *Strategic Management Journal*, Vol. 43, No. 4, pp. 792-821.

Eisend, M., Hartmann, P. and Apaolaza, V. (2017). "Who buys counterfeit luxury brands? A meta-analytic synthesis of consumers in developing and developed markets", *Journal of International Marketing*, Vol. 25, No. 4, pp. 89-111.

Fajardo, T. M., Zhang, J. and Tsiros M. (2016). "The contingent nature of the symbolic associations of visual design elements: The case of brand logo frames," *Journal of Consumer Research*, Vol. 43, December, pp. 549–566.

Kovalenko, L., Sorescu, A. and Houston, M.B. (2022). "What brand do I use for my new product? The impact of new product branding decisions on firm value", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 50, No. 2, pp. 338–365.

Loveland, K. E., Smeethers, D., & Mandel, N. (2010), "Still preoccupied with 1995: The need to belong and preference for nostalgic products", *Journal of Consumer Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 393-408.

Melzner, J. an Raghubir, P. (2023). "EXPRESS: The sound of music: The effect of timbral sound quality in audio logos on brand personality perception", *Journal of Marketing Research*, forthcoming.

Sevilla, J. and Kahn, B.E. (2014), "The completeness heuristic: Product shape completeness influences size perceptions, preference and consumption", *Journal of Marketing Research*, Vol. 51, No. 1, pp. 57-68.



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

Thompson, D. V., Hamilton, R. W., & Rust, R. T. (2005). "Feature fatigue: When product capabilities become too much of a good thing", *Journal of Marketing Research*, Vol. 42, No. 4, pp. 431–442.

Zhou, K., Ye, X. & Ye, J. (2021), "Longing for the past and embracing the new: Does nostalgia increase new product adoption?", *Marketing Letters*, Vol. 32, pp. 477-498.



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53204	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	2 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΠΡΟΗΓΜΕΝΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ & ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Όχι		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά ή/και Αγγλικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α - Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης - Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β - Περίληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές/τριες θα είναι σε θέση να:
--



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

μετρούν την απόδοση επένδυσης (ROI), την αξία των πελατών για μια επιχείρηση σε βάθος χρόνου, την αποτελεσματικότητα μιας καμπάνιας μάρκετινγκ και στη συνέχεια θα είναι σε θέση να προτείνουν σχετικές στρατηγικές βελτιστοποίησης ανά κανάλι μάρκετινγκ.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Στο μάθημα, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα εξής θέματα: (α) Return-On-Investment (ROI) & Return-On-Advertising-Spend (ROAS), (β) Customer Lifetime Value (CLTV), (γ) digital advertising campaigns optimization, (δ) A/B testing καθώς και (ε) attribution models. Οι φοιτητές θα εκτεθούν επίσης στην χρήση διαφόρων εμπορικών εργαλείων για τη βελτιστοποίηση των διαφημιστικών καμπανιών σε διαφορετικά κανάλια για search, social, programmatic κτλ.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία & στην Επικοινωνία με τους φοιτητές (e-class, ppt, παρουσίαση εργαλείων και πλατφορμών ψηφιακού μάρκετινγκ).



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές													
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	<table><tr><th>Δραστηριότητα</th><th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th></tr><tr><td>Διαλέξεις</td><td>21</td></tr><tr><td>Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας</td><td>105</td></tr><tr><td>Ανάλυση case studies</td><td>4</td></tr><tr><td>Άσκηση</td><td>20</td></tr><tr><td>Σύνολο μαθήματος</td><td>150</td></tr></table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	21	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	105	Ανάλυση case studies	4	Άσκηση	20	Σύνολο μαθήματος	150
	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου											
	Διαλέξεις	21											
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	105											
	Ανάλυση case studies	4											
	Άσκηση	20											
	Σύνολο μαθήματος	150											
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;	Οι φοιτητές αξιολογούνται μέσω τελικών γραπτών εξετάσεων που εμπεριέχουν ερωτήσεις ανάπτυξης δοκιμίων και επίλυση προβλημάτων. Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι προσβάσιμα στους φοιτητές μέσω e-class. Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά ή/και Αγγλικά												

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

Marketing Metrics 2022, Leverage Analytics and Data to Optimize Marketing Strategies, Christina Inge, Kogan Page Ltd

Marketing Analytics, A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques, Mike Grigsby, EAN: 9781398608191, Edition: 3



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	bm53109	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
			30
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου, Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Πρόγραμμα σπουδών		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ή/και ΑΓΓΛΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://www.dept.aueb.gr/el/marketinganalytics/content/programmaspoudon		

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α • Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης • Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β • Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Η βασική επιδίωξη της διπλωματικής εργασίας είναι η επιτυχής ανάλυση και αντιμετώπιση κάποιου θέματος ή προβλήματος. Η εφαρμογή των γνώσεων που αποκτούν οι φοιτητές για την καλύτερη κατανόηση, ανάλυση και επίλυση ενός θέματος που έχει σημασία για αυτούς και κάποια επιχείρηση ή οργανισμό που επιθυμούν να εργασθούν ή εργάζονται ήδη, είναι το κυρίως ζητούμενο σε αυτήν την τελευταία φάση των σπουδών τους. Επομένως, η διπλωματική εργασία αποτελεί πρωτίστως μια ευκαιρία για μια εφαρμοσμένη μελέτη που θα έχει αξία για τους φοιτητές και τον μελλοντικό ή υφιστάμενο εργοδότη τους.

- Προσφέρει στο σπουδαστή την ευκαιρία να διερευνήσει σε βάθος ένα θέμα που τον ενδιαφέρει χρησιμοποιώντας την αυστηρή, συστηματική ακαδημαϊκή προσέγγιση.
- Επιτρέπει την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων για την ανάλυση και επίλυση προβλημάτων της επιχείρησης στην οποία εργάζεται
- Επιβάλλει συχνότερες επαφές με το διδακτικό προσωπικό, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αντικειμενική αξιολόγηση των ικανοτήτων του.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
Λήψη αποφάσεων
Αυτόνομη εργασία
Ομαδική εργασία
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Εισαγωγή. Περιλαμβάνει μία περιγραφή του προβλήματος και μία περιληπτική παρουσίαση της προσέγγισης που θα υιοθετηθεί. Ένα ειδικό τμήμα αφιερώνεται στην περιγραφή και την αιτιολόγηση των μεθόδων συλλογής δεδομένων που επελέγησαν.

Επισκόπηση βιβλιογραφίας και ερευνητικής γραμματείας. Η σημασία του είναι βαρύνουσα, καθώς μόνο μέσα από μία συντεταγμένη επισκόπηση της διεθνούς επιστημονικής γραμματείας και της σχετικής βιβλιογραφίας θα μπορέσει ο σπουδαστής (α) να εντοπίσει το κενό γνώσης, (β) να αναπτύξει και να στηρίξει τα ερευνητικά



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ερωτήματα ή τις ερευνητικές υποθέσεις της εργασίας και (γ) να πείσει τον αναγνώστη για τη συμβολή της εργασίας, τόσο από θεωρητικής, όσο και από πρακτικής πλευράς.

Μεθοδολογία. Παρουσίαση και αιτιολόγηση των μεθόδων και των εργαλείων συλλογής στοιχείων, δειγματοληψίας, μεγέθους δείγματος και τρόπου μέτρησης της ανεξάρτητης μεταβλητής και των εξαρτημένων μεταβλητών.

Ανάλυση. Περιλαμβάνει την ανάλυση των δεδομένων, με εμπειριστατωμένο και επιστημονικά τεκμηριωμένο τρόπο, βάσει της χρήσης και περιγραφής των κατάλληλων εργαλείων ανάλυσης, αναλόγως εάν τα πρωτογενή δεδομένα είναι ποιοτικά ή ποσοτικά.

Συζήτηση και Συμπεράσματα. Σύνοψη των ευρημάτων, αντιπαραβολή με υπάρχουσα θεωρία και προγενέστερες εμπειρικές μελέτες, ανάδειξη θεωρητικών προεκτάσεων και πρακτικής σημασίας ευρημάτων, σύνοψη περιορισμών έρευνας και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Δια ζώσης ή εξ'αποστάσεως συναντήσεις του φοιτητή/τριας με τον επιβλέποντα/επιβλέπουσα με σκοπό την καθοδήγηση	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Επικοινωνία με τους φοιτητές: e-class / Teams	
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Έρευνα	200
	Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας	200
	Συγγραφή ΔΕ	350
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	750



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

Περιγραφή της διαδικασίας
αξιολόγησης

Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι
αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή
Συμπερασματική, Δοκιμασία
Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις
Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις
Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση
Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία,
Έκθεση / Αναφορά, Προφορική
Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση,
Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική
Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική
Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες
Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα
κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που
είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές;

Η βαθμολόγηση της ΔΕ στηρίζεται στην αξιολόγηση των
ακόλουθων ενδεικτικών χαρακτηριστικών της: ορισμός βασικών
εννοιών, επαρκής διατύπωση και εξειδίκευση προβλήματος, ένταξη
προβλήματος στην ευρύτερη γνωστική περιοχή, επιλογή
κατάλληλης επιστημονικής μεθόδου, εφαρμογή επιστημονικής
μεθόδου, επάρκεια στοιχείων, ποιότητα ανάλυσης, χρήση
βιβλιογραφίας, ύφος, γλώσσα και έκφραση. Η παρουσίαση γίνεται
ενώπιον τριμελούς επιτροπής, τα μέλη της οποίας έχουν συναφές
γνωστικό αντικείμενο. Τα εν λόγω κριτήρια αξιολόγησης είναι
προσβάσιμα μέσω του eclass και του Οδηγού Εκπόνησης
Διπλωματικής Εργασίας που αποστέλλεται στους φοιτητές κατά το
τέλος του πρώτου εξαμήνου σπουδών.

Γλώσσα αξιολόγησης: Ελληνικά ή/και Αγγλικά

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ανάλογα το θέμα της ΔΕ που θα επιλέξει ο φοιτητής/η φοιτήτρια, ο επιβλέπων/-ουσα προσφέρει
βοηθητική ενδεικτική βιβλιογραφία



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ

Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών δίνει έμφαση όχι μόνο στην παροχή εκπαίδευσης υψηλής ποιότητας, αλλά και στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Με την έκδοση του ΠΔ 387/83 και του Νόμου 1404/83, ορίζεται η λειτουργία, οργάνωση, διοίκηση Φοιτητικών Λεσχών στα ΑΕΙ με σκοπό τη βελτίωση των βιοτικών συνθηκών των φοιτητών του Ιδρύματος, την ψυχαγωγία και την προαγωγή της κοινωνικής και πνευματικής τους μόρφωσης με διαδικασίες και πρωτοβουλίες συμμετοχής κοινωνικοποίησης.

Η εκπλήρωση του σκοπού αυτού επιδιώκεται με εξασφάλιση της απαραίτητης υλικοτεχνικής υποδομής για στέγαση, σίτιση, άθληση των φοιτητών, με τη λειτουργία εστιατορίου, κυλικείου, αναγνωστηρίου, βιβλιοθήκης, την οργάνωση διαλέξεων, συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων και εκδρομών στο εσωτερικό και εξωτερικό, με την ανάπτυξη διεθνών φοιτητικών σχέσεων, τη διδασκαλία ξένων γλωσσών και πληροφορικής και της Νεοελληνικής ως ξένης γλώσσας για τους αλλοδαπούς και ομογενείς φοιτητές και με την παροχή κάθε άλλου μέσου και τρόπου.

Αναλυτικές πληροφορίες για Σίτιση, στέγαση, γυμναστική, ξένες γλώσσες, πολιτιστικές δραστηριότητες, υποτροφίες, οικονομικές ενισχύσεις παρέχονται στην ιστοσελίδα της Φοιτητικής Λέσχης του ΟΠΑ <https://lesxi.aueb.gr/>

Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Σημαντικός αριθμός διαδικασιών που συνδέονται τόσο με τη φοίτηση όσο και με τη φοιτητική μέριμνα πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά μέσα από εφαρμογές του Πανεπιστημίου ή του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων. Όλες οι εφαρμογές είναι προσβάσιμες με τους ίδιους κωδικούς (username & password).

- **Λογαριασμός e-mail:**

Αναλυτικές οδηγίες για τη χρήση της Υπηρεσίας Webmail παρέχονται στη διεύθυνση <https://www.aueb.gr/el/content/webmail-manual>

- **Ηλεκτρονική Γραμματεία (Φοιτητολόγιο)**

Η εφαρμογή **Ηλεκτρονική Γραμματεία** είναι το πληροφοριακό σύστημα μέσα από το οποίο οι φοιτήτριες και οι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούνται από τη Γραμματεία του Τμήματος μέσω web.

- **Ασύρματο δίκτυο στο Πανεπιστήμιο**

Χρησιμοποιώντας τους προσωπικούς κωδικούς τους, οι φοιτητές/τριες έχουν πρόσβαση σε ασύρματο δίκτυο σε όλους του χώρους του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. **Οδηγίες για WiFi**

- **Πλατφόρμα Τηλεκπαίδευσης – ECLASS**



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

Η πλατφόρμα Open eClass είναι ένα ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικών Μαθημάτων και αποτελεί την πρόταση του Ακαδημαϊκού Διαδικτύου (GUnet) για την υποστήριξη Υπηρεσιών Ασύγχρονης Τηλεκπαίδευσης.

Οδηγίες χρήσης παρέχονται στη διεύθυνση <https://eclass.aueb.gr/info/manual.php>

Ιατρικές Υπηρεσίες, Ασφάλιση/Υγειονομική Περίθαλψη

Οι προπτυχιακοί, μεταπτυχιακοί φοιτητές, καθώς και οι υποψήφιοι διδάκτορες του Πανεπιστημίου, οι οποίοι δεν έχουν άλλη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη, δικαιούνται πλήρη ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη στο Εθνικό Σύστημα Υγείας (Ε.Σ.Υ.) με κάλυψη των σχετικών δαπανών από τον Εθνικό Οργανισμό Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (Ε.Ο.Π.Υ.Υ.). Στο Πανεπιστήμιο λειτουργεί και η υπηρεσία Συμβούλου Ψυχικής Υγείας, όπου απασχολείται ιατρός ειδικευμένη στη ψυχοδυναμική αντιμετώπιση των θεμάτων ψυχικής υγείας. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/content/υγειονομική-περίθαλψη>.

Υπηρεσίες για Φοιτητές με Ειδικές Ανάγκες

Το Ίδρυμα μεριμνά για την διευκόλυνση των φοιτητών/τριών με ειδικές ανάγκες, μέσω του σχεδιασμού, της υλοποίησης και της εφαρμογής προσαρμογών στο περιβάλλον, για την πρόσβαση στις πανεπιστημιακές κτιριακές εγκαταστάσεις. Ειδικότερα, στο κεντρικό κτίριο υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένα ανυψωτικά μηχανήματα, ράμπες καθώς και ανελκυστήρες. Επίσης υπάρχουν ειδικοί κανονισμοί διεξαγωγής εξετάσεων για φοιτητές με ειδικές ανάγκες.

Στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών έχει συσταθεί Επιτροπή Ισότιμης Πρόσβασης ατόμων με αναπηρία και ατόμων με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες. Η Επιτροπή αποτελεί συμβουλευτικό όργανο και έχει ως αποστολή την υποβολή εισηγήσεων στα αρμόδια όργανα για τη χάραξη και την εφαρμογή της πολιτικής ισότιμης πρόσβασης των ατόμων με αναπηρία και ατόμων με ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες.

Μέσω των υπηρεσιών της Βιβλιοθήκης του ΟΠΑ, παρέχεται στους φοιτητές με εντυπο-αναπηρία η δυνατότητα ηλεκτρονικής πρόσβασης στην προτεινόμενη ελληνική βιβλιογραφία των μαθημάτων που διδάσκονται στο Πανεπιστήμιο. Στα πλαίσια αυτά έχει αναπτυχθεί από το Σύνδεσμο Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών (Σ.Ε.Α.Β.) πολυτροπική ηλεκτρονική βιβλιοθήκη με την ονομασία **AMELib**. Περισσότερες πληροφορίες παρέχονται στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/lib/content/αμεα-άτομα-με-διαίτερες-ανάγκες>.

Καθηγητής-Σύμβουλος

Σύμφωνα το άρθρο 12 του Κανονισμού Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών και Διδακτορικών Σπουδών Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών [ΦΕΚ3140/Β'/12-5-2023] το Μεταπτυχιακό ορίζει Καθηγητή-Σύμβουλο (tutor) για κάθε φοιτητή καθ'όλη τη διάρκεια του Π.Μ.Σ. με αρμοδιότητα να κατευθύνει



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

και να συμβουλεύει τους φοιτητές σχετικά με τις σπουδές τους, όσον αφορά για παράδειγμα τα μαθήματα, το περιεχόμενο τους, την επιλογή της διπλωματικής εργασίας, τις διαθέσιμες υποδομές και υπηρεσίες κ.ά. Οι Καθηγητές-Σύμβουλοι (μέλη ΔΕΠ) δέχονται τους φοιτητές για απορίες και συμβουλές αναφορικά με την εκπαιδευτική διαδικασία σε μέρες και ώρες που ανακοινώνονται μέσω του site ή/και γραφείου διδάσκοντα και πλατφόρμας E-Class.

Σπουδαστήρια - Αναγνωστήρια – Βιβλιοθήκες

Στο κεντρικό κτίριο λειτουργεί Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης (ΒΚΠ) για την εξυπηρέτηση όλων των μελών της πανεπιστημιακής κοινότητας. Η ΒΚΠ συμμετέχει στο Σύνδεσμο Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών (Heal-LINK) και στο Δίκτυο Συνεργασίας Οικονομικών Βιβλιοθηκών (ΔΙ.Ο.ΒΙ.) Επίσης λειτουργούν τρία Κέντρα Τεκμηρίωσης (ΚΕΤ, ΟΟΣΑ, ΠΟΤ).

Η Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης συμβάλλει καθοριστικά τόσο στην κάλυψη των αναγκών για την επιστημονική πληροφόρηση της πανεπιστημιακής κοινότητας όσο και στην υποστήριξη του διδακτικού και ερευνητικού έργου, παρέχοντας πρόσβαση:

- στην έντυπη συλλογή βιβλίων και επιστημονικών περιοδικών,
- στα συγγράμματα που διδάσκονται στα μαθήματα,
- στη συλλογή ηλεκτρονικών επιστημονικών περιοδικών και βιβλίων,
- στις μεταπτυχιακές εργασίες και διδακτορικές διατριβές που εκπονούνται στο ΟΠΑ και κατατίθενται σε ψηφιακή μορφή στο ιδρυματικό αποθετήριο ΠΥΞΙΔΑ,
- σε κλαδικές μελέτες,
- στις στατιστικές σειρές από εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς,
- σε οπτικοακουστικό υλικό,
- πληροφοριακό υλικό (εγκυκλοπαίδειες, λεξικά),
- σε βάσεις δεδομένων στα θέματα που καλλιεργεί το Πανεπιστήμιο,
- σε έντυπες συλλογές άλλων ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών.

Η Βιβλιοθήκη είναι δανειστική για τα μέλη της, σε όλες τις έντυπες συλλογές της, εκτός των συλλογών των περιοδικών και των στατιστικών σειρών, σύμφωνα με τον εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας της. Η ΒΚΠ του ΟΠΑ διαθέτει αναγνωστήριο, σταθμούς εργασίας Η/Υ για τους επισκέπτες, φωτοτυπικά και εκτυπωτικά μηχανήματα, ενώ παρέχει τη δυνατότητα διαδανεισμού βιβλίων και άρθρων περιοδικών από άλλες ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες που αποτελούν μέλη των δικτύων στα οποία



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

συμμετέχει. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα της Βιβλιοθήκης <https://www.aueb.gr/el/library>.

Διεθνή προγράμματα και πρακτικές πληροφορίες για την διεθνή κινητικότητα των φοιτητών

Το ΟΠΑ συμμετέχει ενεργά στο Πρόγραμμα Έρασμος από το 1987 προωθώντας τη συνεργασία με πανεπιστήμια, επιχειρήσεις και διεθνείς οργανισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και την κινητικότητα φοιτητών, διδακτικού και διοικητικού προσωπικού με ιδρύματα-εταίρους. Επιπλέον, αναπτύσσοντας περαιτέρω τη διεθνοποίησή του, δημιουργεί νέες ευκαιρίες μέσω του Προγράμματος Erasmus+ Διεθνής Κινητικότητα. Στο πλαίσιο του Προγράμματος, χορηγούνται υποτροφίες κινητικότητας μέσω του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ) σε εισερχόμενους και εξερχόμενους φοιτητές των τριών κύκλων σπουδών, σύμφωνα με τη χρηματοδότηση που εγκρίνει κάθε χρόνο το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών για το Ίδρυμα. Οι εξερχόμενοι φοιτητές έχουν τη δυνατότητα να διανύσουν μία περίοδο σπουδών σε Ίδρυμα – Εταίρο εκτός Ε.Ε. με πλήρη ακαδημαϊκή αναγνώριση μέσω της εφαρμογής του συστήματος των πιστωτικών μονάδων (ECTS credits) (<https://www.aueb.gr/el/content/πρόγραμμα-έρασμος>).

Διασύνδεση με την Αγορά Εργασίας και την Επιχειρηματικότητα

Η Δ.Α.ΣΤΑ.Ο.Π.Α. (<https://www.aueb.gr/el/dasta>) είναι η διοικητική δομή του Πανεπιστημίου που προγραμματίζει, συντονίζει και υλοποιεί τις δράσεις του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε θέματα:

- α) ανάπτυξης επιχειρηματικότητας και καινοτομίας
- β) διασύνδεσης των φοιτητών και αποφοίτων με την αγορά εργασίας
- γ) διασύνδεσης της ακαδημαϊκής κοινότητας με επιχειρήσεις
- δ) πρακτικής άσκησης φοιτητών, και
- ε) υποστήριξης δράσεων αξιοποίησης της έρευνας.

Φοιτητικοί Σύλλογοι

Στην πανεπιστημιακή κοινότητα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών δραστηριοποιούνται και αναπτύσσονται διάφορες Οργανώσεις και Σύλλογοι φοιτητών. (<https://www.aueb.gr/el/content/σύλλογοι-φοιτητών>).

Δίκτυο Αποφοίτων

Τηρώντας μια μακρά παράδοση στην ανάδειξη κορυφαίων στελεχών στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική ζωή της χώρας, το ΟΠΑ είναι περήφανο για το γεγονός ότι χιλιάδες απόφοιτοί του κατέχουν



ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027

ηγετικές θέσεις σε πανεπιστήμια της χώρας και του εξωτερικού, σε διεθνή ερευνητικά ινστιτούτα και οργανισμούς και σε μεγάλες εταιρείες του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Κατανοώντας τη σημασία της ανάπτυξης και ενίσχυσης του δεσμού με τους αποφοίτους του, το ΟΠΑ δημιούργησε το Δίκτυο Αποφοίτων του, μία πλατφόρμα <https://alumni.aueb.gr/> στην οποία μπορούν να εγγραφούν όλοι οι απόφοιτοι του Πανεπιστημίου. Οι κύριοι στόχοι του Δικτύου είναι η επανασύνδεση των αποφοίτων με τους συναδέλφους και πρώην συμφοιτητές τους, και η διαρκής ενημέρωσή τους για όλες τις δραστηριότητες, τις υπηρεσίες και τις εκδηλώσεις που τους αφορούν.

Επιπλέον πληροφορίες για Οργανώσεις και Συλλόγους αποφοίτων παρέχονται στην ιστοσελίδα <https://www.aueb.gr/el/content/οργανώσεις-και-σύλλογοι-φοιτητών-και-αποφοίτων>.

Πρόγραμμα Εθελοντισμού

Στο πλαίσιο της στρατηγικής του ΟΠΑ για την Κοινωνική Προσφορά, ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2017 το Πρόγραμμα Εθελοντισμού "AUEB Volunteers". Στόχος του Προγράμματος είναι η ανάδειξη σημαντικών κοινωνικών θεμάτων και της αξίας της συμμετοχής και της έμπρακτης προσφοράς, αλλά και η ευαισθητοποίηση της κοινότητας γύρω από τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης του ΟΗΕ. Οι δράσεις αναπτύσσονται σε

δύο βασικούς άξονες: (α) δράσεις προς την Κοινότητα του ΟΠΑ, οι οποίες έχουν ως βασικό στόχο την διατήρηση της ποιότητας των υποδομών του Πανεπιστημίου με κριτήριο την αισθητική και την λειτουργικότητά τους και (β) δράσεις προς την Κοινωνία. (<https://auebvolunteers.gr/>).

Διασφάλιση Ποιότητας

Το ΟΠΑ εφαρμόζει πολιτική διασφάλισης ποιότητας με σκοπό τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προγραμμάτων σπουδών, της ερευνητικής δραστηριότητας και των διοικητικών υπηρεσιών του Ιδρύματος, με στόχο την αναβάθμιση του ακαδημαϊκού και διοικητικού έργου και της γενικότερης λειτουργίας του.

Στο ΟΠΑ λειτουργεί η Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟΔΙΠ) η οποία συντονίζει και υποστηρίζει τις διαδικασίες αξιολόγησης. Ειδικότερα η διασφάλιση ποιότητας της εκπαιδευτικής δραστηριότητας επιτυγχάνεται με τη χρήση ερωτηματολογίου αξιολόγησης μαθήματος /διδασκαλίας το οποίο συμπληρώνεται από τους φοιτητές. (<https://aueb.gr/modip>).

Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Διά Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ/ ΟΠΑ) αποτελεί μονάδα του ΟΠΑ που εξασφαλίζει τον συντονισμό και τη διεπιστημονική συνεργασία στην ανάπτυξη προγραμμάτων επιμόρφωσης, συνεχιζόμενης εκπαίδευσης, κατάρτισης και εν γένει Διά Βίου μάθησης, τα οποία συμπληρώνουν, εκσυγχρονίζουν ή/και αναβαθμίζουν γνώσεις, ικανότητες και δεξιότητες, οι οποίες αποκτήθηκαν από τα συστήματα τυπικής εκπαίδευσης, επαγγελματικής εκπαίδευσης και αρχικής



**ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2026-2027**

επαγγελματικής κατάρτισης ή από επαγγελματική εμπειρία, διευκολύνοντας την ένταξη ή επανένταξη στην αγορά εργασίας, τη διασφάλιση της εργασίας και την επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη (<https://www.aueb.gr/el/content/dia-vioy-mathisi-kedivim-opa>).