

ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΕΞΑΜΗΝΙΑΙΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Συμπληρώνεται με ευθύνη του κάθε διδάσκοντος
χωριστά για καθένα από τα εξαμηνιαία προ-ή και μετά-πτυχιακά μαθήματα

I. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Πανεπιστήμιο	ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
Σχολή	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
Τμήμα	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Τομέας	ΜΕΥ
Όνομα διδάσκοντος / Βαθμίδα:	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ / ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
Επιστημονική Ειδίκευση	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κωδ. Αριθμός Μαθήματος Προπτυχιακό / Μεταπτυχιακό	Τίτλος Μαθήματος
2-603	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Εξοπλισμός υποστήριξης μαθήματος:	Τα μαθήματα παρουσιάζονται υπό μορφή διαφανειών, οπότε και είναι απαραίτητη η χρήση Laptop & Data video projector.
Απαιτούμενο λογισμικό:	Για την υλοποίηση των εργαστηριακού μαθήματος απαιτείται το πρόγραμμα Microsoft Excel και στατιστικό πακέτο SPSS.

I.1 Περιγραφή / Περιεχόμενο μαθήματος

Το μάθημα αναλύει τις βασικές έννοιες και τους στόχους της έρευνας αγοράς. Ορίζει τη μεθοδολογία της έρευνας και περιγράφει τα στάδια της διαδικασίας υλοποίησής της. Αναλύει τις μεθόδους ποιοτικής έρευνας, τις ομάδες εστίασης και τις συνεντεύξεις σε βάθος. Αναλύονται οι προβολικές τεχνικές και οι τεχνικές παρατήρησης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα στάδια σχεδιασμού μιας έρευνας, στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, στις μεθόδους δειγματοληψίας, στις μεθόδους στατιστικής ανάλυσης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν καθώς και στη παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Κύριος Εκπαιδευτικός Στόχος (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση των εννοιών, του περιεχομένου της έρευνας αγοράς. Η εκμάθηση των μεθόδων, των τεχνικών της έρευνας αγοράς και η εφαρμογή τους ως ένα κρίσιμο εργαλείο για την ανάλυση της κατάσταση που επικρατεί στην αγορά καθώς και τη χρησιμοποίησή τους για λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων πάνω σε θέματα του marketing.

Main Educational Objective

The aim of the course is the understanding of the concepts and the content of market research. The programming methods and techniques of market research and their application as a crucial tool for the analysis of the situation on the market and their use for entrepreneurial decisions on matters of marketing

I.2 Μαθησιακοί στόχοι

- Η παροχή συγκεκριμένων θεωρητικών γνώσεων.
- Η διατύπωση του ερευνητικού προβλήματος και της ερευνητικής υπόθεσης.
- Ο προσδιορισμός των μεταβλητών της έρευνας.
- Η επιλογή του κατάλληλου ερευνητικού σχεδίου.
- Η επιλογή της κατάλληλης μεθόδου συλλογής δεδομένων.
- Η επιλογή της κατάλληλης δειγματοληπτικής μεθόδου.
- Η επεξεργασία και η ανάλυση των δεδομένων.
- Η διεξαγωγή συμπερασμάτων
- Η σύνταξη της έκθεσης.

I. 2 learning objectives

- Providing specific theoretical knowledge.
- The formulation of the research problem and the research case.
- The determination of survey variables.
- The choice of an appropriate research project.
- The choice of the appropriate method data collection.
- The choice of an appropriate sampling method.
- The processing and analysis of data.
- The conclusions
- The syntax of the report.

Μαθησιακά αποτελέσματα (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

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

- κατανοήσουν τη σημασία και τον ρόλο της έρευνας αγοράς στην ανάπτυξη της επιχείρησης.
- χρησιμοποιήσουν την ερευνά αγοράς σχετικά με την επίλυση προβλημάτων marketing.
- διατυπώσουν ένα ερευνητικό πρόβλημα και μια ερευνητική υπόθεση.
- προσδιορίσουν τις μεταβλητές της έρευνας.
- κατανοήσουν την αξία και τη διαδικασία της ποιοτικής έρευνας.
- κατανοήσουν την αξία και τη διαδικασία της ποσοτικής έρευνας.
- επιλέγουν το κατάλληλο ερευνητικό σχέδιο.
- επιλέγουν το κατάλληλο συλλογής δεδομένων.
- επιλέγουν την κατάλληλη μέθοδο δειγματοληψίας, ορίζοντας το ερευνητικό δείγμα.
- συντάσσουν ερωτηματολόγιο.
- συλλέγουν δεδομένα.
- καταχωρούν και να αναλύουν τα δεδομένα με το στατιστικό πακέτο SPSS.
- ερμηνεύουν τα αποτελέσματα και να διατυπώνουν ασφαλή συμπεράσματα.
- συντάσσουν την έκθεση της έρευνας.

Learning outcomes

At the end of the course students will be able to:

- Understand the importance and the role of market research in the development of the company.
- Use the market research on the problem solving marketing.
- Formulate a research problem and a research case.

- Determine the variables of the investigation.
- Understand the value and the process of qualitative research.
- Understand the value and the process of quantitative research.
- Choose the appropriate research project.
- Choose the appropriate data collection.
- Choose the appropriate sampling method, setting the research sample.
- Syntax a questionnaire.
- Collect data.
- Record and analyze the data using the statistical package SPSS.
- Interpret the results and to formulate conclusions.
- Syntax a report of the investigation.

Αναλυτικός πίνακας 14 εβδομαδιαίων μαθημάτων (Στην Ελληνική και στην Αγγλική)

Η ανάπτυξη του μαθήματος συνίσταται σε δύο διακριτούς άξονες:

A. Θεωρητικός

1. Εισαγωγή και εννοιολογικός προσδιορισμός της έρευνας marketing και της έρευνας αγοράς.
2. Μεθοδολογία της έρευνας αγοράς.
3. Ανάλυση της ποιοτικής έρευνας – ομάδες εστίασης.
4. Μεθοδολογίας της συνέντευξης σε βάθος.
5. Προβολικές τεχνικές.
6. Μέθοδοι και τεχνικές παρατήρησης.
7. Σχεδιασμός της έρευνας.
8. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου.
9. Μέθοδοι δειγματοληψίας.
10. Μέθοδοι συλλογής δεδομένων - I.
11. Μέθοδοι συλλογής δεδομένων - II
12. Ανάλυση δεδομένων. Τεχνικές ανάλυσης.
13. Διεξαγωγή συμπερασμάτων
14. Σύνταξη της έκθεσης. Παρουσίαση αποτελεσμάτων.

B. Εργαστηριακός

Ο άξονας καλύπτεται από την υλοποίηση 14 εργαστηριακών ωρών κατά τις οποίες ο σπουδαστής αναλαμβάνει την υλοποίηση εργασίας και την παρουσίασή της με την χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS. Η εργασία θα εξελισσεται σύμφωνα με την παράδοση των αντίστοιχων θεωρητικών και εργαστηριακών θεμάτων.

1. Μεθοδολογία της έρευνας αγοράς. Ορισμός και σκοπός των πηγών πληροφοριών. Ανάθεση εργασίας.
2. Προγραμματισμός ερευνητικού έργου.
3. Επιλογή της κατάλληλης τεχνικής συλλογής στοιχείων.
4. Έρευνες δευτερογενών στοιχείων.
5. Μέθοδοι συλλογής δευτερογενών στοιχείων
6. Έρευνες πρωτογενών στοιχείων.
7. Μέθοδοι συλλογής πρωτογενών στοιχείων.

8. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου.
9. Επιλογή του δείγματος.
10. Υλοποίηση της έρευνας.
11. Καταχώρηση στοιχείων και ανάλυση δεδομένων.
12. Διεξαγωγή συμπερασμάτων
13. Σύνταξη της έκθεσης.
14. Παρουσίαση της έρευνας.

Analytical table 14 weekly courses

The development of the course consists two distinct areas:

A. Theoretical

1. Introduction and definition of marketing research and market research.
2. Methodology of market research.
3. Analysis of qualitative research - focus groups.
4. Methodology of the interview in depth.
5. Projective techniques.
6. Methods and observation techniques.
7. Design of the investigation.
8. Design of the questionnaire.
9. Methods of sampling.
10. Methods of data collection - I.
11. Methods of data collection – II
12. Data Analysis. Technical analysis.
13. Conduct findings
14. Preparation of the report. Presentation of results.

B. LABORATORY

The shaft is covered by the implementation of 14 laboratory hours in which the student undertakes the implementation work and its presentation with the use of the statistical package SPSS. The work will evolve according the theoretical lectures and laboratory issues.

1. Methodology of market research. Definition and purpose of information sources. Assignments.
2. Planning research project.
3. Selection of the appropriate technical data collection.
4. Secondary research data.
5. Methods used to collect secondary data
6. Primary research data.
7. Methods used to collect primary data.
8. Design questionnaire.
9. Selection of the sample.
10. Implementation of the research.
11. Data Entry and analysis of data.
12. Conduct findings
13. Preparation of the report.
14. Presentation of research.

Ιδρύματα που υλοποιούν σχετικό διδακτικό αντικείμενο

A. Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα

Σε προπτυχιακό επίπεδο το μάθημα στην υφισταμένη δομή του διδάσκεται σε όλες τις σχολές θετικών επιστημών και σε μεταπτυχιακά προγράμματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Ενδεικτικά αναφέρονται:

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών:

http://www.mbc.aueb.gr/images/ME_OdigosSpoudon_2014-15.pdf

Πανεπιστήμιο Πατρών:

<http://www.bma.upatras.gr/index.php/el/2014-10-03-07-47-55/selides-mathimatou/mathimata-d-etous/28-2009-03-06-12-18-24>

B. Ιδρύματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα οποία διδάσκεται το ίδιο ή παρόμοιο μάθημα

Το marketing αποτελεί διδακτικό μάθημα πολλών προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων ξένων Πανεπιστημίων με αντικείμενο τις οικονομικές, διοικητικές σπουδές.

- Προπτυχιακά:
 1. Liverpool University:
(<https://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/marketing-ba-hons/overview/>)
 2. Manchester University:
(<http://www.manchester.ac.uk/study/undergraduate/courses/2016/03528/management-marketing-3-years-bsc/>)
- Μεταπτυχιακά :
 1. Leeds University:
(<http://business.leeds.ac.uk/masters/masters-programmes/msc-management/>)
 2. Manchester University:
(<http://www.manchester.ac.uk/study/masters/courses/list/02247/marketing-msc/>)

I.3 Είδος Μαθήματος

Εξάμηνο Διδασκαλίας 1 ^ο – 12 ^ο	Υποχρεωτικό (Υ), Υποχρεωτικής Επιλογής (ΥΕ), Ελεύθερης Επιλογής (ΕΕ)	Υποβάθρου (ΥΠ), Επιστημονικής Περιοχής (ΕΠ), Γενικών Γνώσεων (ΓΓ), Ανάπτυξης Δεξιοτήτων (ΑΔ)	Μάθημα Κορμού (ΚΟ), Ειδίκευσης (ΕΙΔ), Κατεύθυνσης (ΚΑ)
6 ^ο	ΥΕ	ΕΠ	ΚΑ

I.4 Διδασκαλία

Προβλεπόμενες Ώρες Διδασκαλίας ανά εξάμηνο				Σύνολο εβδομαδιαίων ωρών διδασκαλίας	Διδακτικές Μονάδες	Χρήση Πολλαπλής Βιβλιογραφίας (Ναι/Όχι)	Εργασία ή Πρόδος (Ναι / Όχι) Υποχρεωτική / Προαιρετική
Διαλέξεις	Εργαστήρια	Μικρές ομάδες	Άλλη				
56	14	--	--	4+1	6	ΝΑΙ	Προαιρετική

I.5 Ενημέρωση – Αξιολόγηση

Το μάθημα περιλαμβάνεται στον	Υπάρχει ιστοσελίδα μαθήματος;	Έχει γίνει στο τρέχον εξάμηνο
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Οδηγό Σπουδών; (Ναι/Όχι) Σελίδα αναφοράς μαθήματος	(Ναι/Όχι) Διεύθυνση URL	αξιολόγηση του μαθήματος από τους φοιτητές; (Ναι/Όχι)
ΝΑΙ	Υπό κατασκευή	ΝΑΙ

II. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

II.1 Διδακτέα Ύλη

II.1.1 Πότε πραγματοποιήθηκε η τελευταία αναπροσαρμογή / επικαιροποίηση της ύλης του μαθήματος;

ΤΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2014-15

II.1.2 Υπάρχει επικάλυψη ύλης με άλλα μαθήματα και πώς το αντιμετωπίζετε;

Δεν υπάρχει επικάλυψη.

II.2 Διδακτικά Βοηθήματα

II.2.1 Βοηθήματα που διανέμονται στους φοιτητές για το συγκεκριμένο μάθημα.

1. Σιώμοκος Γιώργος, Μαύρος Δημήτρης, 2008. Έρευνα Αγοράς. Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ
2. Meredith D. Gall, Walter R. Borg, Joyce P. Gall, 2014. Εκπαιδευτική Έρευνα Βασικές Αρχές. Εκδόσεις BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
3. Τηλικίδου Ειρήνη, 2011. Η Έρευνα του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις ΣΟΦΙΑ Α.Ε.

II.2.1 Γίνεται επικαιροποίηση των βοηθημάτων και με ποια διαδικασία;

Ναι, συνεχής βιβλιογραφική ανασκόπηση.

II.2.2 Ποιο ποσοστό της διδασκόμενης ύλης καλύπτεται από τα βοηθήματα;

100%

II.2.3 Παρέχετε πρόσθετη βιβλιογραφία πέραν των διανεμόμενων συγγραμμάτων;

Ναι, ενδεικτικά αναφέρεται

- Πετράκης Μιχάλης, 2011. Έρευνα Marketing. Η Ερευνητική Μεθοδολογία. Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ

II.2.4 Πώς γνωστοποιείτε στους φοιτητές την ύλη του μαθήματος, τους μαθησιακούς στόχους και τον τρόπο αξιολόγησης τους;

Κατά την έναρξη των διδασκαλιών του μαθήματος καθώς και στο eclass του μαθήματος και προφορικά κατά την διάρκεια των μαθημάτων.

II.3 Επικοινωνία & Καθοδήγηση Φοιτητών / Συνεργασίες

II.3.1 Έχετε ανακοινωμένες ώρες γραφείου για συνεργασία με τους φοιτητές;

ΝΑΙ

II.3.2 Πώς μεθοδεύετε την εκπαίδευση των φοιτητών στην ερευνητική διαδικασία (π.χ. αναζήτηση και χρήση βιβλιογραφίας);

Τους εκπαιδούμε να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές πηγές πληροφόρησης - βιβλιοθήκες, χρήση της βιβλιοθήκης του ΤΕΙ για περαιτέρω έρευνα.

II.3.3 Οργανώνετε στο πλαίσιο του μαθήματος εκπαιδευτικές επισκέψεις φοιτητών / διαλέξεις επιστημόνων ή άλλες δραστηριότητες σε συνεργασία με τοπικούς, περιφερειακούς ή εθνικούς κοινωνικούς, πολιτιστικούς και παραγωγικούς φορείς;

ΝΑΙ

II.4 Συμμετοχή των φοιτητών στο μάθημα

Κατά την εκτίμησή σας, τι ποσοστό φοιτητών κατά μέσο όρο παρακολουθεί το θεωρητικό μέρος του μαθήματος;

0-20%		20-40%		40-60%	X	60-80%		80-100%		Δεν γνωρίζω	
-------	--	--------	--	--------	---	--------	--	---------	--	----------------	--

II.5 Αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών στο μάθημα

II.5.1 Τρόποι Αξιολόγησης;

Σημειώστε στον πίνακα που ακολουθεί τις μεθόδους που χρησιμοποιείτε για την αξιολόγηση της απόδοσης των φοιτητών στο συγκεκριμένο μάθημα.

Εξέταση γραπτή στο τέλος του εξαμήνου	X
Εξέταση προφορική στο τέλος του εξαμήνου	
Πρόοδος (ενδιάμεση εξέταση):	
Κατ' οίκον εργασία:	X
Προφορική παρουσίαση εργασίας:	X
Εργαστήριο ή πρακτικές ασκήσεις:	X
Άλλα * :	

* Περιγράψτε συνοπτικά τυχόν άλλους τρόπους αξιολόγησης.

--

Παρακολουθούνται όλοι οι φοιτητές κατά την εκτέλεση των εργαστηριακών ή πρακτικών ασκήσεων; (Ναι ή Όχι)	ΝΑΙ
Λαμβάνουν οι φοιτητές συστηματικά σχόλια (προφορικά ή γραπτά) στο μέσον του εξαμήνου; (Ναι ή Όχι).	ΝΑΙ

II.5.2 Πώς διασφαλίζετε τη διαφάνεια στην αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών;

Με πρόσβαση στο γραπτό τους

III. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

III.1 Διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή του μαθήματος

III.1.1 Αίθουσες διδασκαλίας που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των αιθουσών και του υποστηρικτικού εξοπλισμού και τη διαθεσιμότητά τους.

Χρησιμοποιείται αίθουσα του Τμήματος που διαθέτει προβολικό και πληρεί όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές.

III.1.2 Εργαστήρια που χρησιμοποιούνται για το συγκεκριμένο μάθημα:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των εργαστηριακών χώρων, του εργαστηριακού εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.

Το Τμήμα χρησιμοποιεί επτά (7) Εργαστήρια σε τρία (3) διαφορετικά κτίρια συνολικής χωρητικότητας περίπου 165 θέσεων εργασίας. Αναλυτικότερα, χρησιμοποιεί τρία (3) Εργαστήρια (Εργαστήρια ΔΕ-Α, ΔΕ-Β και ΔΕ-Γ) χωρητικότητας 20 περίπου θέσεων εργασίας το καθένα, τρία (3) Εργαστήρια (Εργαστήρια Α, Δ και ΣΤ) χωρητικότητας 22, 24 και 26 θέσεων εργασίας και ένα (1)

Εργαστήριο (Εργαστήριο Μ) χωρητικότητας 30 θέσεων εργασίας. Οι χώροι είναι ικανοποιητικοί, και 4 από τα εργαστήρια διαθέτουν προβολικά οροφής με διαδραστικό πίνακα και ο εξοπλισμός ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις διδασκαλίας καλύπτοντας οριακά τις ανάγκες του Τμήματος τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά.

III.1.3 Είναι διαθέσιμα τα εργαστήρια του μαθήματος για χρήση εκτός προγραμματισμένων ωρών;

Ναι, υπάρχει ο θεσμός του ελεύθερου εργαστηρίου (Εργαστήριο ΣΤ) το οποίο είναι διαθέσιμο για τους φοιτητές για περαιτέρω εξάσκηση και χρήση των λογισμικών που διδάσκονται στις εργαστηριακές ομάδες του μαθήματος καθώς και για οποιαδήποτε άλλη εκπαιδευτική δραστηριότητα.

III.1.4 Σπουδαστήρια:

Αναφερθείτε στην επάρκεια, καταλληλότητα, ποιότητα των χώρων, του εξοπλισμού και της διαθεσιμότητάς τους.

Υπάρχουν σπουδαστήρια στο χώρο της Βιβλιοθήκης του ΤΕΙ, επαρκή και κατάλληλα στα οποία πέραν των τραπεζιών για μελέτη υπάρχουν και Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με συνεχή διασύνδεση στο διαδίκτυο. Η Βιβλιοθήκη του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας είναι προσβάσιμη στους σπουδαστές στο μεγαλύτερο μέρος της ημέρας.

III.1.5 Χρησιμοποιείτε Εκπαιδευτικό Λογισμικό και ποιο; (περιγράψτε συνοπτικά)

Γίνεται χρήση του στατιστικού πακέτων τύπου SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

III.1.6 Υπάρχει ικανοποιητική υποστήριξη του μαθήματος από τη βιβλιοθήκη (βιβλιογραφία και άλλοι μαθησιακοί πόροι);

ΝΑΙ

III.1.7 Πώς κρίνετε συνολικά τη διαθέσιμη εκπαιδευτική υποδομή;

Αν η απάντηση είναι αρνητική, σχολιάστε συνοπτικά τυχόν ελλείψεις και καταγράψτε τις αναγκαίες βελτιώσεις σύμφωνα με τις παραπάνω κατηγορίες.

Ικανοποιητική

III.2 Αξιοποίηση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

III.2.1 Χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία του μαθήματος και πώς;

Ναι, χρησιμοποιούνται Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών κατά την ώρα της διδασκαλίας με την προβολή διαφανειών. Επίσης σε ορισμένες αίθουσες υπάρχουν ηλεκτρονικοί διαδραστικοί πίνακες και σε όλους σχεδόν τους χώρους υπάρχει ενσύρματη σύνδεση με το Δίκτυο Υψηλών Ταχυτήτων του ΤΕΙ.

III.2.2 Χρησιμοποιούνται μαθησιακά βοηθήματα βασισμένα σε ΤΠΕ; (Αναφέρατε παραδείγματα).

ΟΧΙ

III.2.3 Χρησιμοποιούνται ΤΠΕ στην εργαστηριακή εκπαίδευση; Πώς;

ΟΧΙ

III.2.4 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην αξιολόγηση των φοιτητών; Πώς;

ΟΧΙ

III.2.5 Χρησιμοποιείτε ΤΠΕ στην επικοινωνία σας με τους φοιτητές; Πώς;

Ναι, καταρχήν με χρήση της πλατφόρμας e-class, μέσω της οποίας ανακοινώνονται στους σπουδαστές ζητήματα που αφορούν στην εκπαίδευσή τους και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που κοινοποιείται στους φοιτητές, ώστε να μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί μας για εκπαιδευτικά

θέματα.

IV. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΦΟΙΤΗΤΩΝ

IV.1 Σας κοινοποιείται κατάλογος των φοιτητών που είναι εγγεγραμμένοι στο μάθημα και πότε;

Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία εγγραφής και δηλώσεων μαθημάτων.

IV.2 Ποια είναι η κατανομή βαθμολογίας και ο μέσος βαθμός των φοιτητών του μαθήματος;

Ξεκινήστε από το τρέχον έτος. Στην περίπτωση που διδάσκατε το μάθημα και τα προηγούμενα έτη καταγράψτε και τα συγκριτικά στοιχεία των προηγούμενων ετών

Έτος	Κατανομή Βαθμών (% φοιτητών)						Μέσος όρος Βαθμολογίας (σύνολο φοιτητών)
	0 – 3,9	4 – 4,9	5 – 5,9	6.0-6.9	7.0-8.4	8.5-10.0	
2013-2014							
2012-2013							
2011-2012							
2010-2011							
2009-2010							

V. Η ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ

V.1 Υπάρχει διαδικασία αξιολόγησης του μαθήματος και της διδασκαλίας από τους φοιτητές; Πώς εφαρμόζεται; Επισυνάψτε δείγμα του σχετικού ερωτηματολογίου.

Ναι. Εφαρμόζεται στα πλαίσια της γενικής αξιολόγησης του Τμήματος. Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στην έκθεση εσωτερικής αξιολόγησης.

V.2 Πώς αξιοποιούνται τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων;

Τα αποτελέσματα αυτών των αξιολογήσεων αναλύονται με σκοπό τη εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και προτάσεων που θα οδηγήσουν στη βελτίωση της λειτουργίας του Τμήματος.