

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ



ΘΕΜΑΤΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ
ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ
ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ Ι.Ε.Κ.

"ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ
ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ"

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εξετάσεις Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης Αποφοίτων Ι.Ε.Κ.	3
2. Διάρκεια του Πρακτικού Μέρους των εξετάσεων	3
3. Θεωρητικό Μέρος: Θέματα Εξετάσεων Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης Ειδικότητας Ι.Ε.Κ	4
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Α: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ.	4
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Β : ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	6
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Γ : ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	7
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Δ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.	8
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Ε: ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	13
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ ΣΤ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ.....	14
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Ζ: ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ.....	15
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Η: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ	16
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Θ: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ	17
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Ι : MARKETING I,II,III,IV	19
ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ ΙΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT.....	21
ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΒ: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ I,II,III,IV.....	22
4. Πρακτικό Μέρος: Κατάλογος Στοχοθεσίας Πρακτικών Ικανοτήτων και Δεξιοτήτων (Στοχοθεσία Εξεταστέας Ύλης Πρακτικού Μέρους)	28

1. Εξετάσεις Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης Αποφοίτων Ι.Ε.Κ.

Οι εξετάσεις Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης αποφοίτων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) της ειδικότητας «**Στατιστικής Έρευνας Αγοράς και Δημοσκοπήσεων**» διεξάγονται σύμφωνα με τα οριζόμενα στις διατάξεις της αριθμ. [2944/2014 Κοινής Υπουργικής Απόφασης Οικονομικών και Παιδείας και Θρησκευμάτων \(Φ.Ε.Κ. Β΄ 1098/2014\)](#), η οποία εκδόθηκε βάσει της διάταξης της παρ. 5, του άρθρου 25, του [Ν. 4186/2013 \(Φ.Ε.Κ. Α΄ 193/2013\)](#), όπως τροποποιήθηκε με τη διάταξη της παρ. 1, του άρθρου 11, του [Ν. 4229/ 2014 \(Φ.Ε.Κ. Α΄ 8/2014\)](#) και ισχύει.

2. Διάρκεια του Πρακτικού Μέρους των εξετάσεων

Η διάρκεια εξέτασης του Πρακτικού Μέρους των εξετάσεων Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης αποφοίτων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ.) της ειδικότητας «**Στατιστικής Έρευνας Αγοράς και Δημοσκοπήσεων**» καθορίζεται σε τρεις (3) ώρες.

3. Θεωρητικό Μέρος: Θέματα Εξετάσεων Πιστοποίησης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης Ειδικότητας Ι.Ε.Κ

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Α: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ.

1. Έντυπη και ηλεκτρονική δημοσιογραφία: Να διατυπωθεί ο ορισμός της έννοιας "ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ" και να αναλυθούν συνοπτικά "ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ" και "Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ".
2. Μαζικά μέσα επικοινωνίας (ΜΜΕ): Να διατυπωθεί ο ορισμός της έννοιας καθώς και του ιστορικού αυτού φαινομένου (ΜΜΕ), να αποδοθεί συνοπτικά η ιστορική εξέλιξη των ΜΜΕ, καθώς και να αναλυθεί συνοπτικά το περιεχόμενο των κυριότερων ΜΜΕ (τύπος, ραδιόφωνο, τηλεόραση).
3. Ποιοι είναι οι πέντε βασικοί συντελεστές που συνθέτουν την τεχνική δομή κάθε επικοινωνίας και πώς αναλύονται συνοπτικά; (Μοντέλο Η.Δ. Laswell).
4. Ποιοι είναι οι κυριότεροι δίαυλοι της πολιτικής επικοινωνίας;
5. Να περιγράψετε συνοπτικά τα βασικότερα μοντέλα της μαζικής επικοινωνίας (Η.Δ. Laswell, Westley/McLean-G. Maletzke).
6. Κοινή Γνώμη: Να διατυπωθεί ο ορισμός της δυναμικής έννοιας "ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ" και να περιγράψετε τα είδη μέσα από τα οποία διαμορφώνεται και εκφράζεται η Κοινή Γνώμη.
7. "Το Μέσο είναι το Μηνυμα": Να αναλυθεί συνοπτικά η φράση αυτή που αποτέλεσε και τον ομώνυμο τίτλο βιβλίου του περίφημου Καναδού φιλόλογου ΜΑΡΣΑΛ ΜΑΚΛΟΥΑΝ, του θεωρούμενου και ως Πάπα των ΜΜΕ.
8. Με ποιους άλλους κλάδους των κοινωνικών επιστημών συγγενεύει η Δημοσιογραφία; Να γίνει η σχετική τεκμηρίωση της θέσης που διατυπώνετε.
9. Να διατυπωθούν αναλυτικά και με ιεράρχηση οι βασικότεροι κλάδοι δραστηριοτήτων της εφαρμοσμένης έντυπης και ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας.
10. Δημοσιότητα και ΜΜΕ: Πώς ορίζεται ο χώρος της "ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ" και ποια μορφή επικοινωνίας διαμορφώνεται μέσα απ' αυτή τη σχέση μεταξύ Δημοσιότητας και ΜΜΕ;
11. Να διατυπωθεί η έννοια και το περιεχόμενο του "ΡΕΠΟΡΤΑΖ".
12. Ποια είναι τα βασικότερα είδη του Ρεπορτάζ; Να γίνει αναλυτική περιγραφή τους.
13. Ποιες είναι οι βασικότερες κατηγορίες των δημοσιογράφων κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους; Να γίνει η αναλυτική περιγραφή τους
14. Να περιγράψετε το επάγγελμα και τα προσόντα του ρεπόρτερ.
15. Να διατυπωθεί ο ορισμός της "ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ" και να αναπτυχθεί αναλυτικά το περιεχόμενό του.
16. Να διατυπωθεί ο ορισμός του "ΡΕΠΟΡΤΑΖ-ΕΡΕΥΝΑ" και να αναπτυχθεί αναλυτικά το περιεχόμενό του.
17. Να διατυπωθεί ο ορισμός του "ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ " και να αναπτυχθεί αναλυτικά το περιεχόμενό του.
18. Ποια είναι η μεθοδολογία που ακολουθείται στη σύνταξη της δημοσιογραφικής έρευνας;

19. Να περιγράψετε συνοπτικά τη διαδικασία σχεδιασμού και κατασκευής ενός "ΓΚΑΛΟΠ"-Σφυγμομέτρηση της Κοινής Γνώμης.
20. Να περιγράψετε συνοπτικά τη διαδικασία διεξαγωγής και αξιολόγησης ενός "ΓΚΑΛΟΠ"-Σφυγμομέτρηση της Κοινής Γνώμης.
21. Τι περιλαμβάνει η έννοια της "Κοινωνικής Έρευνας";
22. Ποια είναι τα στάδια της "Κοινωνικής Έρευνας"; (Να αναφερθούν ονομαστικά και διατυπωθούν συνοπτικά).
23. Ποια είναι η διαδικασία αξιολόγησης των "Κοινωνικών Ερευνών";
24. Ποιοι είναι οι βασικοί τομείς εφαρμογής της Ερευνητικής Δημοσιογραφίας;
25. Να αναφέρετε τις βασικότερες τεχνικές της δειγματοληψίας, δηλαδή της κατασκευής αξιόπιστων αντιπροσωπευτικών δειγμάτων.
26. Ποια είναι η σχέση μεταξύ "ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ" και "ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ" "ΑΝΑΛΥΣΗΣ" στο πεδίο των Κοινωνικών Ερευνών;
27. Να περιγραφούν συνοπτικά οι τεχνικές της εμπειρικής κοινωνικής έρευνας.
28. "Ο επίσημος ορισμός που δίδεται στην επιχειρησιακή έρευνα είναι: Χρησιμοποίηση της επιστημονικής μεθόδου με το σκοπό να παρασχεθεί στα διοικητικά στελέχη μια αναλυτική και αντικειμενική βάση για τη λήψη αποφάσεων". Με ποιούς συγκεκριμένους τρόπους μπορεί να εφαρμοστεί η παραπάνω αρχή στο πεδίο της Ερευνητικής Δημοσιογραφίας;
29. Ερευνητική Δημοσιογραφία και Διαφήμιση: Να περιγράψετε συνοπτικά το περιεχόμενο που μπορεί να έχει κατά τη γνώμη σας, η διαλεκτική σχέση μεταξύ των δύο αυτών εννοιολογικών πεδίων.
30. Ερευνητική Δημοσιογραφία και Δημοσιότητα: Να περιγράψετε συνοπτικά το περιεχόμενο που μπορεί να έχει κατά τη γνώμη σας, η διαλεκτική σχέση μεταξύ των δύο αυτών εννοιολογικών πεδίων.

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Β : ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

1. Να σκιαγραφηθεί συνοπτικά το πλέγμα των κοινωνικών επιστημών, εντός του οποίου βρίσκεται εφαρμογή η γνώση των Τεχνικών Συνέντευξης.
2. Να διατυπωθεί συνοπτικά το εννοιολογικό πεδίο της "ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ".
3. Ποια είναι τα μέρη που λαμβάνουν μέρος στη διαδικασία σχεδιασμού, συγκρότησης, διεξαγωγής και αξιολόγησης μιας συνέντευξης;
4. Ποιες είναι οι βασικές κατηγορίες που συναντάμε κατά την εφαρμογή των εκάστοτε τεχνικών συνέντευξης;
5. Τι είναι η συνέντευξη δρόμου;
6. Ποια είναι η διαδικασία και οι μορφές που συναντιούνται στις συνεντεύξεις κατ' οίκον;
7. Να περιγράψετε αναλυτικά τα είδη των συνεντεύξεων τύπου.
8. Τι είναι η συνέντευξη χώρου;
9. Ποιες είναι οι βασικές μορφές των συνεντεύξεων ερωτηματολογίου;
10. Να αναλυθούν διεξοδικά οι τρεις βασικές μορφές συνέντευξης (προσωπική, πληροφοριακή, κριτική).
11. Να αναφέρετε διεξοδικά τους βασικούς τρόπους λήψης μιας συνέντευξης.
12. Να αναφέρετε διεξοδικά τα βασικά είδη ερωτήσεων που χρησιμοποιούμε κατά τη διεξαγωγή μιας συνέντευξης με ερωτηματολόγιο.
13. Να περιγράψετε συνοπτικά το κοινωνιολογικό περιεχόμενο στη βασική διαλεκτική σχέση μεταξύ Συνεντευκτή και Συνεντευξιαζόμενου.
14. Να περιγράψετε διεξοδικά τα διακρινόμενα είδη στις ακολουθούμενες τεχνικές συνέντευξης.
15. Ποια είναι η διαδικασία διεξαγωγής της "Δομημένης Συνέντευξης" και της "Μη Δομημένης Συνέντευξης";
16. Ποια είναι η διαδικασία διεξαγωγής της «Άμεσης» και "Εμμεσης" Συνέντευξης;
17. Ποια είναι η τεχνική της "Επαναλαμβανόμενης" Συνέντευξης;
18. Να περιγράψετε συνοπτικά τη τεχνική της "Κλινικής" Συνέντευξης.
19. Να περιγράψετε διεξοδικά τη τεχνική της "Συνέντευξης σε Βάθος".
20. Ποιοι είναι οι βασικοί τρόποι αντιμετώπισης που παρατηρούνται στους συνεντευξιαζόμενους;
21. Ο στρατηγικός ρόλος των τεχνικών συνέντευξης για τον επαγγελματικό προσανατολισμό.
22. Να περιγράψετε τα βασικά στάδια προετοιμασίας της συνεντεύξεως στην προοπτική εύρεσης εργασίας.
23. Να αναφέρετε τους βασικούς τύπους συνεντεύξεων κατά τη διαδικασία εύρεσης εργασίας.
24. Να περιγράψετε συνοπτικά τη διαδικασία "Παρουσίαση μιας συνέντευξης" για εύρεση εργασίας.
25. Να περιγράψετε συνοπτικά τις Τεχνικές Συνέντευξης που χρησιμοποιούνται στην Έρευνα Αγοράς.
26. Να περιγράψετε συνοπτικά τις Τεχνικές Συνέντευξης που χρησιμοποιούνται στην Διοίκηση-Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων.
27. Να περιγράψετε συνοπτικά τις Τεχνικές Συνέντευξης που χρησιμοποιούνται στον ευρύτερο τομέα της Πολιτισμικής Αγοράς.
28. Να περιγράψετε συνοπτικά τη μεθοδολογία αξιολογήσεων των Τεχνικών Συνέντευξης.
29. Ποιες είναι οι βασικές αρχές των εφηρμοσμένων γλωσσολογικών μοντέλων στις Τεχνικές Συνέντευξης.

30. Να περιγράψετε συνοπτικά τους βασικότερους χαρακτήρες συνεντευκτών και συνεντευξιαζομένων.

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Γ : ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1. Να διατυπωθούν τρεις τουλάχιστον συγγενείς ή διαφορετικοί "Κλασσικοί" πλέον ορισμοί της έννοιας "ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ". (π.χ. Οι ορισμοί για την "ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ" του Charles H. Cooley, του Rober E. Park και του Harold D. Laswell)
2. Η ανάπτυξη της πληροφορίας ενίσχυσε την παλαιότερη άποψη πως: Επικοινωνία είναι η μεταβίβαση νοημάτων δια μέσου των συμβόλων. Ο ορισμός αυτός όμως αγνοεί τη μεταβίβαση συγκινήσεων, συμπεριφορών και εντολών που διεξάγονται με την επικοινωνία. Να διατυπώσετε συνοπτικά τη δική σας κριτική θεώρηση επάνω σ' αυτό το ζήτημα.
3. Να διατυπωθεί ο ορισμός της "ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ" μέσα από τις πρόσφατες θεωρητικές προσεγγίσεις οι οποίες δίνουν το κύριο βάρος στο δέκτη και στα αποτελέσματα που προκαλεί η επικοινωνία.
4. Να διατυπωθεί ο ορισμός της "ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ" και να αναλυθεί συνοπτικά η δυναμική πλευρά του φαινομένου της Πολιτικής Επικοινωνίας.
5. Ποιοι είναι οι πέντε βασικοί παράγοντες (σταθερές) που περιλαμβάνει η τεχνική δομή κάθε επικοινωνίας, σύμφωνα με την αναλυτική διάκριση της έννοιας "Επικοινωνία";
6. Να διατυπωθεί ένας γενικός ορισμός της επικοινωνίας.
7. Να διατυπωθούν και αναλυθούν συνοπτικά τα κύρια στοιχεία που συνιστούν την επικοινωνία.
8. Ποιοι είναι οι πιθανοί όροι που μπορούν να προκαλέσουν έκπτωση της επικοινωνίας;
9. Να διατυπωθούν και αναλυθούν συνοπτικά οι συναντώμενες μορφές επικοινωνίας, ως προς την ποιότητα του πομπού και του δέκτη.
10. Να διατυπωθούν μονολεκτικά οι συναντώμενες μορφές επικοινωνίας α) ως προς το βαθμό πολυπλοκότητας της δομής της, β) ως προς την κατεύθυνση του μηνύματος, γ) ως προς την απόσταση, δ) ως προς τον αριθμό των δεκτών, ε) ως προς τη μορφή της συμμετοχής και στ) ως προς την αποτελεσματικότητά της.
11. Η νέα μορφή επικοινωνίας, που ήταν αποτέλεσμα των μαζικών μέσων και η επίδρασή της στη κοινωνική και πνευματική ζωή, σε βαθμό καθοριστικό γι αυτές, ονομάστηκε, "Μαζική επικοινωνία". Να δώσετε όσο πιο περιεκτικά μπορείτε ένα "πορτραίτο" της ιστορικής εξέλιξης των σημαντικότερων Μαζικών Μέσων Επικοινωνίας.
12. Ποιοι είναι οι βασικότεροι θεωρητικοί επιστήμονες της μαζικής επικοινωνίας;
13. Να διατυπωθεί ένας γενικός ορισμός της Μαζικής Επικοινωνίας.
14. Ποιες είναι οι βασικές έννοιες που έχει αναπτύξει η σύγχρονη συστηματική θεωρία στο τομέα της Μαζικής Επικοινωνίας;
15. Να περιγράψετε αναλυτικά τους βασικούς παράγοντες που δημιουργούν μια "διαμεσολαβημένη" μαζική επικοινωνία, έτσι όπως αυτή προκύπτει από τη λειτουργία των σύγχρονων ΜΜΕ.
16. Διαπροσωπική και Μαζική Επικοινωνία. Ποια από τις δυο μορφές επικοινωνίας επηρεάζει κατά τη γνώμη σας, περισσότερο τις στάσεις των υποκειμένων (γνώμες, διαθέσεις, πεποιθήσεις, αξιολογικές στάσεις).

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Δ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.

1. Ποια είναι τα κριτήρια επιλογής μεθόδου συμπλήρωσης ερωτηματολογίου (επιγραμματικά).
2. Τι γνωρίζετε για την παραγοντική ανάλυση;
3. Τι γνωρίζετε για τον έλεγχο χ^2 και την ανάλυση διακύμανσης;
4. Τι γνωρίζετε για την ερμηνεία της συνάφειας;
5. Ποια είδη αξιοπιστίας ερωτηματολογίου γνωρίζετε και με ποιους δείκτες(συντελεστές) μπορεί να μετρηθεί η αξιοπιστία;
6. Για το διαγώνισμα της Μαίρης στα Μαθηματικά ο μέσος όρος της τάξης ήταν 55 και η τυπική απόκλιση 10. Για το διαγώνισμα στην Ιστορία, ο μέσος όρος ήταν 32 και η τυπική απόκλιση 5. Οι βαθμοί της ήταν 65 στα Μαθηματικά και 42 στην Ιστορία.
 - α) Τα πήγε καλύτερα στα Μαθηματικά ή στην Ιστορία;
 - β) Αν η κατανομή των βαθμών είναι κανονική, τι ποσοστό μαθητών έχει στα Μαθηματικά καλύτερο βαθμό από τη Μαίρη;
 - γ) Αν η κατανομή των βαθμών είναι κανονική, τι ποσοστό μαθητών έχει στην Ιστορία καλύτερο βαθμό από τη Μαίρη;

7. Δίδονται οι παρακάτω πίνακες:

Πίνακας 1

Αποτελέσματα Κώστα		Αποτελέσματα Μαίρης	
Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής	Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής
10	12	4	2
10	5	8	6
5	10	15	3
15	8	5	1
20	8	4	2
12	9	8	7
15	12	10	7
5	4	8	11
10	11	5	3
13	8	8	11
2	5	6	11
15	11	20	6
11	8	10	7
5	4	6	5
12	5	1	4
5	2	15	5
7	6	5	3
3	4	20	11
5	7	12	8
10	12	12	6
15	7	5	2
30	3	20	12
5	3	20	6
10	11	5	3
8	7		
10	8		

Πίνακας 2.

Πρώτο και τρίτο τεταρτημόριο (T1 και T3) , εύρος, ενδοτεταρτημοριακό εύρος και τυπική απόκλιση για κάθε στήλη των αποτελεσμάτων του Πίνακα 1.

	Αποτελέσματα του Κώστα		Αποτελέσματα της Μαίρης	
	Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής	Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής
Πρώτο τεταρτημόριο (Τ1)	5	4	5	3
Τρίτο Τεταρτημόριο (Τ3)	15	8	13,5	7,5
Δείκτες Διασποράς:				
-Εύρος	28	10	19	11
-Ενδοτεταρτημοριακό εύρος	10	4	8,5	4,5
- Τυπική απόκλιση	6,57	2,86	5,98	3,29

Ο Πίνακας 2 δείχνει τα τεταρτημόρια και τις 3 μετρήσεις διασποράς για κάθε στήλη των δεδομένων του πίνακα 1. Καταγράψτε τι πληροφορίες μας δίνουν οι μετρήσεις διασποράς και για τις 4 ομάδες τιμών.

8. Ποιες τυπικές τιμές αντιστοιχούν στις ακατέργαστες τιμές 70 και 60, οι οποίες ανήκουν σε ένα σύνολο δεδομένων που έχει μέσο όρο 65 και 510;
9. Τι γνωρίζετε για την ανάλυση συσχέτισης και ανάλυση παλινδρόμησης;

10. Υπολογίστε τη δεσπόζουσα τιμή, τη διάμεσο και το μέσο όρο και για τις τέσσερις στήλες αριθμών του παρακάτω πίνακα:

Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής	Εκτίμηση Χρόνου Αναμονής	Πραγματικός Χρόνος Αναμονής
15	9	4	2
10	5	3	6
5	6	15	6
15	8	5	1
20	8	4	2
20	9	8	7
15	12	10	7
5	4	8	11
10	7	5	3
13	8	8	11
2	3	6	11
15	11	20	6
11	8	10	7
5	4	6	5
12	5	1	4
5	2	15	5
7	6	5	3
3	4	20	11
5	7	12	8
10	12	12	6
15	7	5	2
30	3	20	12
5	3	20	6
10	11	5	3
8	7		
20	8		

11. Τι γνωρίζετε για την εμπειρική δειγματοληψία;
 12. Τι γνωρίζετε για την δειγματοληπτική κατανομή;
 13. Τι γνωρίζετε για τις τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας;
 14. Τι σημαίνει ο όρος "δείκτης";
 15. Ποια τα είδη των δεικτών (ονομαστικά);
 16. Τι γνωρίζετε για τη διατύπωση και σαφήνεια μιας ερώτησης σε ένα ερωτηματολόγιο;
 17. Τι γνωρίζετε για τον προσανατολισμό των ερωτήσεων;

18. Τι εννοούμε με τον όρο συγκαταβατική τάση και ποιοι οι τρόποι αντιμετώπισης αυτού του φαινομένου;
19. Τι ονομάζουμε Διάμεσο, Δεσπόζουσα τιμή και Μέσο Όρο;
20. Ποια μέτρηση αντιπροσωπευτικής τιμής πρέπει να χρησιμοποιείται;
21. Τι είναι τυπική απόκλιση (S , σ);
22. Ποιο δείκτη διασποράς πρέπει να χρησιμοποιούμε;
23. Εξηγήστε ποιες μετρήσεις διασποράς και ποιες αντιπροσωπευτικές τιμές είναι η καλύτερη επιλογή για να περιγράψουν κάθε μια από τις ακόλουθες ομάδες δεδομένων:
 - α) τις ηλικίες των 25 παικτών ενός ποδοσφαιρικού συλλόγου
 - β) το χρόνο που χρειάστηκε κάθε μαθητής σε μια τάξη 30 ατόμων για να λύσει ένα δύσκολο πρόβλημα.
24. Ποιες είναι οι βασικές κλίμακες μέτρησης και ποιες όχι (ονομαστικά);
25. Τι γνωρίζετε για τη κλίμακα Σημαντικού διαφορικού;
26. Σε μια ομάδα τιμών με κανονική κατανομή, όπου ο μέσος όρος είναι 50 και η τυπική απόκλιση είναι 5, να βρείτε:
 - α) ποια είναι η αναλογία τιμών που αναμένεται να υπερβαίνει τα 60;
 - β) ποια είναι η αναλογία τιμών που αναμένεται να βρίσκονται μεταξύ 52 και 58;
 (Υπόδειξη: Διευκολύνεστε αν σχεδιάσετε ένα διάγραμμα με τις θέσεις των τιμών 52 και 58 που έχει Μ.Ο. 50 και S 5).
27. Τι σημαίνει «εσωτερική εγκυρότητα» και τι «εξωτερική»;
28. Ποιες είναι οι βασικές αρχές δειγματοληψίας;
29. Τι είναι δείγμα και για ποιους σκοπούς γίνεται η δειγματοληψία;
30. Ποια η διαφορά εσωτερικής και εξωτερικής εγκυρότητας;
31. Ποια είδη δειγματοληψίας έχουμε;
32. Τι γνωρίζετε για την κλίμακα Σπουδαιότητας;
33. Τι γνωρίζετε για την «κλίμακα σταθερού αθροίσματος» και τη «γραφική κλίμακα»;
34. Ποιες είναι οι βασικές αρχές που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για τη σωστή εμφάνιση ενός ερωτηματολογίου;
35. Ποιες πρέπει να είναι οι αποφάσεις του ερευνητή για τη σειρά των ερωτήσεων σ' ένα ερωτηματολόγιο;
36. Τι γνωρίζετε για τον προέλεγχο και αναθεώρηση του ερωτηματολογίου;
37. Ποια είναι τα είδη ερωτήσεων που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε σ' ένα ερωτηματολόγιο;
38. Τι γνωρίζετε για την κλειστή ερώτηση;
39. Τι γνωρίζετε για την ανοικτή ερώτηση;
40. Τι γνωρίζετε για τις ερωτήσεις "πολλαπλής επιλογής";
41. Δώστε από 2 παραδείγματα για κάθε τύπο ερώτησης που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε σ' ένα ερωτηματολόγιο.

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Ε: ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

1. Τι εννοούμε με τον όρο life style; Είναι δυνατό να υπάρχουν διαφορετικά είδη life style; Αν ναι, ποιοι παράγοντες προκαλούν τη διαφοροποίηση;
2. Περιγράψτε τα στάδια κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης από τα οποία διέρχεται ο καταναλωτής.
3. Τι σημαίνει κατάτμηση αγοράς, ποια τα είδη της και ποια η χρησιμότητά της για τους μαρκετίστες;
4. Ποιες θεωρίες προσωπικότητας χρησιμοποιούμε στην έρευνα συμπεριφοράς καταναλωτή;
5. Για ποιο λόγο τόσο οι ανάγκες όσο και οι στόχοι των καταναλωτών διαρκώς αλλάζουν; Ποιοι είναι οι παράγοντες αυτοί οι οποίοι επηρεάζουν το σχηματισμό των νέων στόχων και αναγκών;
6. Περιγράψτε ένα μοντέλο αλλαγής στάσεων.
7. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν την επιτυχή ή όχι εισαγωγή ενός νέου προϊόντος;
8. Ποιες οι αρνητικές μορφές της καταναλωτικής συμπεριφοράς;
9. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός opinion LEADER;
10. Γιατί είναι πιο δύσκολο για τον καταναλωτή να αξιολογήσει την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών απ' ό τι την ποιότητα των προϊόντων;
11. Τι ορίζουμε ως συμπεριφορά καταναλωτή και ποιους άλλους επιστημονικούς κλάδους σχετίζεται;
12. Τι ορίζουμε ως κίνητρα και ανάγκες των καταναλωτών;
13. Πως ορίζουμε την κουλτούρα; Να αναφέρετε χαρακτηριστικά της;

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ ΣΤ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

1. Πως η κοινωνική θέση αναπτύσσει τον κοινωνικό ρόλο;
2. Ποια η διαφορά της μειονότητας από την μειοψηφία και της πλειονότητας από την πλειοψηφία;
3. Ποια η διαφορά του αποκλίνοντα από τον ανομικό;
4. Η συγγένεια ως ασπίδα θωράκισης κατά της αιμομιξίας.
5. Ο θεσμός των Ι.Ε.Κ. και η αγορά εργασίας. Αναπτύξτε τις απόψεις σας.
6. Εξετάστε τα κίνητρα ενός άνεργου ηλικιωμένου.
7. Αναφέρετε τα γενικά χαρακτηριστικά των στάσεων.
8. Ποιος είναι ο ρόλος των ηθικών αξιών στη κοινωνία;
9. Περιγράψτε το taboo της αιμομιξίας ως σύμβολο.
10. Η συλλογική κουλτούρα ως θεσμός.

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Ζ: ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

1. Ποιες είναι οι διαστάσεις των στάσεων;
2. Ποια η σχέση της στάσης με τη συμπεριφορά;
3. Πως διαμορφώνεται η προκατάληψη;
4. Αναφέρεται τις λειτουργίες των στερεοτύπων.
5. Πως αντιμετωπίζει η σχολή του Palo-Alto την ανθρώπινη επικοινωνία;
6. Ποιοι είναι οι παράγοντες που βοηθούν κάποιον να πείσει κάποιον άλλον;
7. Δώστε την δομή των επιχειρημάτων προκειμένου να αυξηθεί η πειθώ.
8. Ποια είναι τα στάδια της ψυχοσεξουαλικής ανάπτυξης σύμφωνα με τον Φροϋντ;
9. Ποιες οι διαφορές της συντελεστικής από την κλασικής εξαρτημένης μάθησης;
10. Αναπτύξτε τη θεωρία της προσδοκίας.
11. Δώστε τη σχέση των στερεοτύπων και της ισχύος.
12. Ποιος ο ρόλος της οικογένειας στη διαπαιδαγώγηση του παιδιού;
13. Ποιος ο ρόλος του σχολείου στη κοινωνικοποίηση του παιδιού; Εξετάστε το παράδειγμα της σχολικής τάξης.
14. Να αναφέρετε τα είδη της μνήμης.
15. Να αναφέρετε τα διαδοχικά στάδια της απραξίας.
16. Τι ξέρετε για την αφασία;
17. Τι γνωρίζετε για την θεωρία των αναγκών του Maslow ;
18. Τι μελετά η γνωστική ψυχολογία;
19. Πως αποθηκεύονται οι πληροφορίες στο γνωστικό σύστημα.
20. Η σύγκρουση οδηγεί στη καινοτομία σε μια κοινωνία. Σχολιάστε.

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Η: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ

1. Τι είναι τα δεδομένα;
2. Ποιοι παράγοντες συμμετέχουν στην Ανάλυση Δεδομένων ;
3. Γιατί χρησιμοποιούμε υπολογιστές;
4. Τι είναι το SPSS/PC+ ;
5. Να αναφέρετε μια μέθοδο σχεδιασμού έρευνας.
6. Ποια η χρησιμότητα και κατάχρηση της Στατιστικής Ανάλυσης με Η/Υ;
7. Περιγράψτε την έννοια της μεταβλητής και ειδικότερα στο SPSS.
8. Που αναφέρεται η Ονομαστική κλίμακα (nominal) μετρησιμότητας των μεταβλητών;
9. Που αναφέρεται η Διατεταγμένη κλίμακα (ordinal) μετρησιμότητας των μεταβλητών;
10. Που αναφέρεται η κλίμακα Διαστήματος(interval) μετρησιμότητας των μεταβλητών;
11. Περιγράψτε το περιβάλλον του SPSS;
12. Ποιοι είναι οι τύποι αρχείων του SPSS;
13. Τι κάνει το REVIEW, ο διορθωτής (editor) του SPSS;
14. Τι είναι το module εισαγωγής δεδομένων;
15. Τι είναι οι μεταβλητές συστήματος;
16. Ποιο είναι το format των εντολών;
17. Ποια η χρήση της εντολής RECODE;
18. Ποια η χρήση της εντολής COMPUTE;
19. Ποια η χρήση της εντολής IF;
20. Ποια η χρήση των εντολών SAVE, GET, SORT, REPORT;
21. Περιγράψτε τη λειτουργία και χρήση της εντολής FREQUENCIES.
22. Περιγράψτε τη λειτουργία και χρήση της εντολής DESCRIPTIVES
23. Ποια η χρήση της εντολής PLOT (SPSS);
24. Ποια η χρήση της εντολής TABLES;
25. Περιγράψτε την εντολή T-TEST για δυο ανεξάρτητα δείγματα και δυο συσχετισμένα δείγματα;
26. Ποια η χρήση της εντολής NPAR TESTS;
27. Ποια η χρήση της εντολής CORRELATION;

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ Θ: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

1. Τι είναι Έρευνα Αγοράς;
2. Αναφερθείτε συνοπτικά στη διαδικασία της έρευνας Μάρκετινγκ.
3. Τι γνωρίζετε για την έρευνα των χαρακτηριστικών του προϊόντος στα πλαίσια της έρευνας των οδών ή των δικτύων διάθεσης;
4. Τι γνωρίζετε για την έρευνα των όρων πώλησης, πολιτικής και μεθόδων πωλήσεων;
5. Τι γνωρίζετε για την έρευνα διαφημιστικών μέσων;
6. Ποια στάδια ακολουθεί η έρευνα συμπεριφοράς καταναλωτή;
7. Τι γνωρίζετε για την έρευνα της οικονομικής κατάστασης και ευθύνης της επιχείρησης;
8. Τι γνωρίζετε για την έρευνα των υπάρχοντων προϊόντων και των νέων προϊόντων;
9. Πως ορίζεται η ποσοτική έρευνα και ποια τα χαρακτηριστικά της;
10. Τι γνωρίζετε για την μέθοδο έρευνας με το Ταχυδρομείο;
11. Τι γνωρίζετε για την έρευνα από το Τηλέφωνο;
12. Τι γνωρίζετε για τις ειδικές έρευνες και ιδιαίτερα για την Συλλογική συζήτηση;
13. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των δευτερογενών στοιχείων;
14. Ποιες είναι οι πηγές των δευτερογενών στοιχείων έρευνας;
15. Να αναφέρετε συνοπτικά τι περιλαμβάνει η μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων με πειραματισμό.
16. Να αναφέρετε τις μεθόδους συλλογής πρωτογενών στοιχείων και τι περιλαμβάνουν αντίστοιχα.
17. Πως γίνεται η σχεδίαση δειγμάτων;
18. Πως καθορίζεται το μέγεθος του δείγματος ;
19. Ποιες μέθοδοι δειγματοληψίας υπάρχουν (περιγράψτε συνοπτικά);
20. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της τυχαίας δειγματοληψίας;
21. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της μη τυχαίας δειγματοληψίας;
22. Αναλύστε τη μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας (Propability sampling).
23. Αναλύστε τη δειγματοληψία κατά στρώματα (Stratified sampling) και τις διακρίσεις της.
24. Περιγράψτε τη συστηματική δειγματοληψία.
25. Τι γνωρίζετε για το δειγματοληπτικό σφάλμα και τι για την δειγματοληπτική μεροληψία;
26. Τι γνωρίζετε για τη δειγματοληψία κατά ομάδες (Cluster sampling);
27. Τι γνωρίζετε για την επιφανειακή δειγματοληψία (Area sampling);
28. Τι γνωρίζετε για τη δειγματοληψία από κύρια δείγματα (Master samples) ;
29. Τι γνωρίζετε για τη δειγματοληψία με υπερτιθέμενα δείγματα (Interpenetrating ή Replicated samples);
30. Αναλύστε τη δειγματοληψία ποσοστών (Quota sampling).
31. Τι είναι η αναλογική αντιπροσώπευση του δείγματος (Proportionate) και πως επιτυγχάνεται;
32. Ποια τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των σταθερών δειγμάτων (Panels) στην έρευνα;
33. Ποιες είναι οι βασικές προϋποθέσεις ενός καλώς σχεδιασμένου ερωτηματολογίου;
34. Πως καθορίζεται το περιεχόμενο των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου;

35. Ποιες μορφές ερωτήσεων μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο ερωτηματολόγιο;
36. Ποιες οι ομοιότητες της ταχυδρομικής και τηλεφωνικής συμπλήρωσης ερωτηματολογίου;
37. Αναφερθείτε στην προσωπική συνέντευξη.
38. Τι είναι το «τεστ του πιλότου» μιας έρευνας;
39. Αναφερθείτε συνοπτικά στο τρόπο διεξαγωγής της έρευνας “Fieldwork” .
40. Πως κωδικοποιούνται τα στοιχεία της έρευνας αγοράς;
41. Με ποιο τρόπο γίνεται η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αγοράς;
42. Αναφερθείτε συνοπτικά στις μορφές διατύπωσης και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας αγοράς.
43. Ποιες είναι οι πηγές άντλησης στοιχείων για την Ελληνική Αγορά;
44. Ποιοι είναι οι κανόνες δεοντολογίας που θα πρέπει να ισχύουν μεταξύ Γραφείου Έρευνας και Πελάτη;
45. Τι γνωρίζετε για την εχεμύθεια των ερευνητών και ποια είναι τα στοιχεία των ερωτούμενων που θα πρέπει να μένουν απόρρητα;
46. Ποια είναι τα πιθανά σφάλματα που μπορεί να εμφανιστούν σε μια έρευνα;
47. Ποιοι έλεγχοι πραγματοποιούνται συνήθως μετά την διεξαγωγή της έρευνας;
48. Ποια είναι η έννοια του στατιστικού πληθυσμού της στατιστικής μεταβλητής και ποιες οι διακρίσεις της;
49. Τι είναι Αριθμοδείκτες;
50. Από που αντλούμε στοιχεία για την κατάρτιση Αριθμοδεικτών;

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ I : MARKETING I,II,III,IV

1. Δώστε τον ορισμό του Μάρκετινγκ (ΜΚΤ) με 2 διαφορετικούς ορισμούς.
2. Ποιες είναι οι κατηγορίες Μάρκετινγκ (ΜΚΤ) και με βάση ποια κριτήρια υπάρχουν;
3. Ποια η σχέση του Μάρκετινγκ με τις κοινωνικοπολιτιστικές και τις πολιτικοοικονομικές δυνάμεις της κοινωνίας;
4. Ποια η σχέση του Μάρκετινγκ με τις οικονομικές δυνάμεις της κοινωνίας;
5. Ποια είναι η έννοια της αγοράς ποιες κατηγορίες και ποιες μορφές γνωρίζετε;
6. Τι ονομάζουμε αγορά στόχο και πως επιλέγεται;
7. Πως θα προσδιορίσουμε το μέγεθος και τη ζήτηση μιας αγοράς;
8. Ποια είναι η έννοια του καταναλωτισμού και ποια η σχέση του με το ΜΚΤ;
9. Ποιοι είναι οι τρόποι τμηματοποίησης μιας αγοράς;
10. Με ποιους τρόπους μπορεί μια επιχείρηση να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της;
11. Σε ποιο βαθμό επηρεάζεται η επιχείρηση στο καθορισμό της πολιτικής πωλήσεων από την ύπαρξη των υποκατάστατων και συμπληρωματικών αγαθών;
12. Ποια είναι η έννοια του διαφοροποιημένου ΜΚΤ;
13. Τι είναι τρόπος ζωής και πως επηρεάζει την συμπεριφορά του καταναλωτή;
14. Τι είναι ομάδες αναφοράς και πως επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή;
15. Αναφερθείτε στη πολύπλοκη αγοραστική συμπεριφορά.
16. Αναφερθείτε στην αγοραστική συμπεριφορά αναζήτησης της ποικιλίας.
17. Σχετικά με τη διαδικασία λήψης της αγοραστικής απόφασης Αναλύστε την φάση αξιολόγησης των εναλλακτικών επιλογών.
18. Ποιες είναι οι εσωτερικές και οι εξωτερικές πηγές για τη συγκέντρωση ιδεών για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος;
19. Τι γνωρίζετε για την εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά ;
20. Ποιες είναι οι βασικές διαδικασίες για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος
21. Τι εννοούμε με τον όρο "δοκιμή του προϊόντος";
22. Ποιοι είναι οι λόγοι αποτυχίας ενός προϊόντος;
23. Ποια είναι η έννοια της Διαφήμισης και ποιες οι βασικές της μορφές;
24. Συγκρίνατε τη διαφήμιση και τη προώθηση.
25. Ταξινομήστε τα διάφορα είδη διαφήμισης κατά κατηγορίες που χρησιμοποιεί η πρακτική της διαφήμισης.
26. Ποιοι είναι οι τρόποι υπολογισμού του κόστους μιας διαφημιστικής καμπάνιας;
27. Πως ο υπεύθυνος για την επιλογή των διαφημιστικών μέσων εξασφαλίζει τα στοιχεία που είναι αναγκαία για την ορθότερη επιλογή ;
28. Αναφερθείτε στο τμήμα διαφημιστικών μέσων.
29. Να αναφέρετε τους βασικούς στόχους που πρέπει να επιτυγχάνει μια διαφημιστική ιδέα.
30. Τι είναι στη διαφήμιση το pre-test και το post-test;
31. Πως καταστρώνεται η στρατηγική για τη δημιουργία του διαφημιστικού μηνύματος.
32. Αναφερθείτε στη διαφημιστική δεοντολογία.
33. Ποια είναι τα στάδια που περιλαμβάνει η διαδικασία λήψης απόφασης για την διαφήμιση της επιχείρησης.
34. Ποιοι είναι οι συντελεστές της διαφήμισης.
35. Εξηγήστε πως η ζήτηση επηρεάζει τη διαμόρφωση των τιμών .
36. Εξηγήστε πως η προσφορά επηρεάζει τη διαμόρφωση των τιμών.

37. Σε ποια περίπτωση η επιχείρηση είναι δυνατό να πουλήσει προϊόντα κάτω του κόστους;
38. Σε συνθήκες έντονου ανταγωνισμού πως μπορεί να συγκρατηθεί η τιμή ενός προϊόντος;
39. Τι γνωρίζετε για τη τιμολόγηση με στόχο τη προώθηση των πωλήσεων;
40. Να αναφέρετε ένα παράδειγμα επιτυχούς έκβασης για την επιχείρηση της στρατηγικής τιμολόγησης.
41. Να αναφέρετε ένα παράδειγμα ανεπιτυχούς έκβασης για την επιχείρηση της στρατηγικής τιμολόγησης.
42. Η στρατηγική τιμολόγησης θα πρέπει να είναι σταθερή ή να παρουσιάζει ευκαμψία; Αιτιολογήστε.
43. Ποια είναι η επίδραση των μεσαζόντων στην τιμολόγηση;
44. Τι γνωρίζετε για την ύπαρξη αρχηγού τιμής;
45. Τι γνωρίζετε για την περίπτωση που οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές;
46. Υποθέστε ότι εργάζεστε στην επιχείρηση που κατασκευάζει απορρυπαντικά. Με ποιο τρόπο θα επικοινωνήσετε με τους καταναλωτές για να τους γνωρίσετε το νέο απορρυπαντικό; Περιγράψτε και αιτιολογήστε τα βασικά σημεία του τρόπου που επιλέξατε.
47. Προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι διαδικασίες και δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών προς τον καταναλωτή μετά την πώληση, ποια έντυπα χρησιμοποιούνται;
48. Τι είναι το μίγμα ΜΚΤ και ποια τα στοιχεία του;
49. Αναφερθείτε συνοπτικά σε καθένα από τα στοιχεία του μίγματος ΜΚΤ και την μεταξύ τους υφιστάμενη σχέση. Ποιοι παράγοντες απαιτείται να λαμβάνονται υπόψη για τη δημιουργία ενός μίγματος ΜΚΤ;

ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ ΙΑ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT

1. Ποιες είναι οι βασικές αρχές της οργάνωσης των επιχειρήσεων;
2. Ποιες αποφάσεις καλούνται προγραμματισμένες και ποιες απρογραμμάτιστες;
3. Τι είναι συντονισμός;
4. Δώστε το τυπικό οργανόγραμμα μιας επιχείρησης τμηματοποιημένης κατά λειτουργία.
5. Δώστε το τυπικό οργανόγραμμα μιας επιχείρησης τμηματοποιημένης κατά προϊόν.
6. Τι είναι γραμμική και τι επιτελική εξουσία;
7. Δώστε το βασικό σχήμα ροής της εξουσίας μιας Ανώνυμης Βιομηχανικής Επιχείρησης από τη πηγή μέχρι τον τελικό προορισμό της.
8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα του αποκεντρωτικού συστήματος οργάνωσης;
9. Δώστε τους ορισμούς των βασικών λειτουργιών της επιχείρησης.
10. Δώστε τα χαρακτηριστικά που περιγράφουν τον αποτελεσματικό ηγέτη αναφορικά με την ευφυΐα, την προσωπικότητα και τις ικανότητες που πρέπει να διαθέτει.
11. Ποιες είναι οι προϋποθέσεις του αποτελεσματικού ελέγχου;
12. Επεξηγήστε τις έννοιες
 - α) προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού
 - β) επιλογή προσωπικού
 - γ) ένταξη προσωπικού.
13. Ποιοι είναι οι στόχοι ενός προγράμματος αμοιβής εργαζομένων;
14. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας;
15. Αναλύστε τη διαδικασία προγραμματισμού του επαγγελματικού χρόνου.
16. Δώστε τους ορισμούς των εννοιών
 - α) Διοίκηση
 - β) Σχεδιασμός
 - γ) Οργάνωση.
17. Να αναφέρετε επιγραμματικά δέκα τουλάχιστον παράγοντες υποκίνησης των εργαζομένων.
18. Τι στρατηγική θα ακολουθήσουμε για την προγραμματισμό Ανθρώπινου Δυναμικού ;
19. Ποια η έννοια της Αξιολόγησης Ανθρώπινου Δυναμικού;
20. Ποιες μεθόδους από την ψυχολογία θα αξιοποιήσουμε για την Αξιολόγηση του προσωπικού;
21. Περιγράψτε πως αξιοποιούνται καλύτερα οι ικανότητες του προσωπικού.
22. Ποιο πρόγραμμα ή προγράμματα θα ακολουθήσουμε για την ανάπτυξη του στελεχικού δυναμικού μιας επιχείρησης;
23. Περιγράψτε τι πρέπει να αναφέρει μια συστατική επιστολή.
24. Ποιο είναι το νόημα μιας συστατικής επιστολής για τον υποψήφιο εργαζόμενο;
25. Μέχρι πόσα επίπεδα στην Ιεραρχία είναι επιθυμητό να έχουμε;
26. Τι ονομάζουμε κάθετη και τι οριζόντια ιεράρχηση σε μια επιχείρηση
27. Πως αξιολογείται το παραγόμενο έργο ανθρώπινου δυναμικού;
28. Πως αξιολογείται η προσωπικότητα στον εργαζόμενο;
29. Τι είναι προτιμότερο να προτάσσουμε τα κίνητρα για αυξημένη απόδοση ή αυξημένη απόδοση με ανταμοιβή κινήτρων;

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΒ: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ Ι,ΙΙ,ΙΙΙ,ΙV

1. Τι ονομάζεται Στατιστική μεταβλητή και σε ποιες κατηγορίες διακρίνεται;
2. Ως γνωστό η στατιστική βοηθάει στη λήψη ορθολογικών αποφάσεων. Κατά την ποσοτική διερεύνηση των προβλημάτων, είναι δυνατό να παίρνονται πάντα σωστές αποφάσεις; Αιτιολογήστε.
3. Δώστε μερικά παραδείγματα ανά κατηγορία στατιστικών μεταβλητών.
4. Να αναφέρετε τα κυριότερα μέτρα διασποράς στη Στατιστική.
5. Τι δείχνουν τα μέτρα διασποράς στη Στατιστική;
6. Να δώσετε τον τύπο υπολογισμού των μέτρων διασποράς.
7. Τι είναι ερωτηματολόγιο και ποιες οι γενικές απαιτήσεις ενός σωστού ερωτηματολογίου;
8. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός συνόλου δεδομένων για τα οποία ο μέσος, η διάμεσος και η επικρατούσα τιμή ταυτίζονται;
9. Ποιος είναι ο μέσος αρμονικός των αριθμών 1, 2 και 4;
10. Αν η μέση βαθμολογία 300 σπουδαστών ΙΕΚ είναι 17 και 200 σπουδαστριών ΙΕΚ 16, ποια είναι η γενική μέση βαθμολογία και των 500;
11. Τι είναι χρονολογική σειρά και τι αριθμοδείκτες;
12. Ποιο είναι το αντικείμενο της ανάλυσης χρονολογικών σειρών;
13. Αν δοθούν 100 αριθμοί μεταξύ 995 και 1095 ποιος είναι ο καλύτερος και γρηγορότερος τρόπος υπολογισμού του μέσου αριθμητικού τους και γιατί;
14. Ο μέσος μισθός των υπαλλήλων ενός Οργανισμού είναι 100.000 δρχ. Αν σε καθένα από τους υπαλλήλους χορηγηθεί αύξηση 2.500 δρχ., πόσο αυξάνει ο μισθός τους; Αν ακόμα σε καθέναν υπάλληλο χορηγηθεί νέα αύξηση 15%, ποιος είναι ο νέος μισθός τους;
15. Τα δεδομένα που ακολουθούν αναφέρονται στον αριθμό των ελαττωματικών προϊόντων που βρέθηκαν σε κάθε μια από τις οκτώωρες βάρδιες τις εργάσιμες μέρες μιας εβδομάδας.

	ΔΕΥΤΕΡΑ	ΤΡΙΤΗ	ΤΕΤΑΡΤΗ	ΠΕΜΠΤΗ	ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
Βάρδια 1	24	17	35	15	19
Βάρδια 2	21	13	15	20	18

Να βρεθεί ο μέσος αριθμός ελαττωματικών αντικειμένων ανά βάρδια.

16. Τα δεδομένα που ακολουθούν αναφέρονται στον αριθμό των ημερών στις οποίες απουσίαζε κάθε ένας από 15 υπαλλήλους ενός γραφείου για μια χρονική περίοδο ενός μηνός.

0, 1, 1, 3, 0, 0, 2, 5, 0, 1, 1, 2, 0, 1, 1

Να υπολογισθεί ο μέσος , η διάμεσος και η επικρατούσα τιμή.

17. Μια εταιρία παραγωγής προϊόντων (χ) τα συσκευάζει σε κιβώτια - ποσότητες των 24 κομματιών. Η ποσοστιαία κατανομή των κιβωτίων ως προς τον αριθμό των ελαττωματικών προϊόντων (χ) είναι η ακόλουθη :

Προϊόν (χ)	Ποσοστό (Ψ)
0	49
1	23
2	17
3	9
4	2
ΣΥΝΟΛΟ	100

Να υπολογισθεί :

- α) Ο μέσος αριθμητικός της μεταβλητής X
 β) Η διακύμανση και η τυπική απόκλιση της μεταβλητής X
 γ) Ο συντελεστής μεταβλητικότητας.
18. Ποιες είναι οι συνιστώσες των χρονολογικών σειρών και από ποιους παράγοντες διαμορφώνεται η κάθε συνιστώσα;
19. Τι ονομάζονται μέτρα Κεντρικής τάσης στη στατιστική.
20. Να αναφέρετε τα κυριότερα μέτρα κεντρικής τάσης καθώς και τις κυριότερες παραμέτρους θέσης.
21. Για δύο διαφορετικά είδη ηλεκτρικού ψυγείου δίνονται τα εξής αποτελέσματα παραμέτρων :

Τύπος Ψυγείου:	Μέση ζωή	Διάμεσος
A	4.000 ώρες	3.500 ώρες
B	3.500 ώρες	4.000 ώρες

Αν η τιμή πωλήσεως των δύο τύπων ψυγείων είναι η ίδια, ποιο ψυγείο θα προτιμηθεί; Αιτιολογήστε την απάντηση.

22. Τι ονομάζεται κατανομή συχνοτήτων. Για να περιγραφεί πλήρως μια κατανομή συχνοτήτων, ποια στατιστικά μέτρα πρέπει να είναι γνωστά;

23. Η κατανάλωση ανά τρίμηνο και ανά έτος μιας οικογένειας φαίνεται στο πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α

	Τρίμηνο			
	1	2	3	4
1988	48,	45,	51,	46
1989	41,	52,	39,	51
1990	43,	52,	30,	34
1991	32,	31,	28,	37
1992	40,	50,	25,	48
1993	26,	31,	30	

Να υπολογισθούν ο μέσος η διάμεσος και η επικρατούσα τιμή για τα συνολικά δεδομένου πίνακα Α.

24. Να υπολογισθούν για κάθε έτος η μέση απόλυτη απόκλιση και η διακύμανση του πίνακα Α..
25. Να υπολογισθούν στον πίνακα Α, για κάθε τρίμηνο, η έκταση και ο συντελεστής μεταβλητότητας όπου αυτός έχει έννοια.
26. Οι μετοχές 15 εταιρειών στις οποίες είχε επενδύσει ένας επενδυτής είχαν τις εξής εκατοστιαίες μεταβολές :
3,0,6,-5,-2,5,-18,20,14,18,-10,10,10,50,-20,14
Να υπολογισθεί ο μέσος και η διακύμανση του πληθυσμού αυτού των δεδομένων.
27. Από ένα σύνολο 250 μετρήσεων με μέσο 15,6 και μέση απόκλιση τετραγώνου 4,100 μετρήσεις έχουν μέσο 15 και μέση απόκλιση τετραγώνου 3. Να βρεθεί ο μέσος και η μέση απόκλιση τετραγώνου των υπόλοιπων 150 μετρήσεων.
28. Οι πρώτες τέσσερις ροπές μιας κατανομής ως προς την αυθαίρετη αρχή 4 είναι αντίστοιχα :
1, 3,5 8,5 33,5
Να βρεθούν οι τέσσερις πρώτες ροπές ως προς την αρχή μηδέν καθώς και οι κεντρικές ροπές μ_2 , μ_3 και μ_4 .
29. Δίνονται οι πρώτες τρεις ροπές μιας μεταβλητής X ως προς την αρχή $X=0$.
 $v_1 = 3$ $v_2 = 18$ $v_3 = 8$
Να υπολογιστούν οι πρώτες τρεις ροπές της μεταβλητής X ως προς το μέσο αριθμητικό και ο συντελεστής ασυμμετρίας.

30. Επελέγησαν τυχαία και εξετάστηκαν 70 στρέμματα δάσους. Έστω ότι οι αριθμοί των δένδρων, ανά στρέμμα, με διάμετρο μεγαλύτερη των 40εκ. για υλοτομία είναι οι εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ Β 7,9,3,10, 9,6,10,8,8,5, 8, 6,9,2, 6, 11, 8,
 9,7,8,7, 4,5, 7, 8,9,8,10,9,8, 10,9,9,4, 8,
 11, 5,7,9,7, 4,10,9,8,8, 7, 9,7,6, 9,8,9, 8,
 5,7,7,9,7, 8,13,6,8,7,10,8,11, 8,5,9,8

Να κατασκευαστεί ένα ιστόγραμμα σχετικής συχνότητας για να περιγράψει τα δεδομένα του πίνακα Β.

31. Να υπολογιστεί η τυπική απόκλιση των δεδομένων του πίνακα Β.

32. Η καταγραφή του βαθμού συννεφιάς σε κλίμακα από 0 ως 10 στο Greenwich κάθε μέρα του Ιουλίου για τη περίοδο 1890 έως 1904 έδωσε τα εξής αποτελέσματα :

Βαθμός συννεφιάς	Αριθμός ημερών
0	320
1	129
2	4
3	68
4	45
5	45
6	55
7	65
8	90
9	148
10	676

Να κατασκευασθεί ένα διάγραμμα σχετικής συχνότητας και να υπολογισθεί ο μέσος βαθμός συννεφιάς.

33. Να βρεθεί ο μέσος και η διάμεσος των ηλικιών στις οποίες παντρεύονται οι Αυστραλοί άνδρες σύμφωνα με τον πίνακα Γ.
34. Κατά τη μελέτη της αλληλεπίδρασης των μεταβλητών X, Ψ υπολογίστηκαν οι παρακάτω ποσότητες : $\mu_X=11$ $\mu_\Psi=14$ $\sigma_X^2=37$ $\sigma_\Psi^2=132$ $\rho_{X\Psi}=0.67$
Υπολογίστε :

- α) Την ευθεία παλινδρόμησης $\hat{\Psi} = \hat{\alpha} + \hat{\beta} X$
β) το μέσο τετραγωνικό σφάλμα σ^2
γ) την αναμενόμενη τιμή της Ψ αν $X=21$.

35. Δίνονται το κατά κεφαλή εβδομαδιαίο εισόδημα X , σε δρχ. και η αντίστοιχη συνολική δαπάνη καταναλώσεως Ψ , σε δρχ. εξι κατηγοριών οικογενειών :

X:	10000	15000	25000	40000	60000	90000
Ψ:	9000	12000	20000	35000	44000	60000

Να υπολογίσετε την παλινδρόμηση $\Psi = \alpha + \beta X$.

36. Δίνονται τα πιο κάτω δεδομένα :

X:	1	3	4	6	8	9	11	14
Ψ:	1	2	4	4	5	7	8	9

Να υπολογίσετε :

- α) Τη διακύμανση της X , τη διακύμανση της Ψ
β) Τη συνδιακύμανση των X, Ψ
γ) Το συντελεστή γραμμικής συσχέτισης.
37. Έγιναν μετρήσεις σχετικά με την ικανότητα των ποντικών να τρέχουν σε ένα λαβύρινθο πριν(= X) και μετά (= Ψ) τη δόση ενός διεγερτικού. Σε δείγμα 300 ποντικών προέκυψαν τα επόμενα ευρήματα:
 $\mu_X=16$ $\mu_\Psi=12.8$ $\sigma_X^2=4$ $\sigma_\Psi^2=3.7$ $\rho_{X\Psi}=0.4$
Υπολογίστε :
α) Την ευθεία παλινδρόμηση $\Psi = \alpha + \beta X$
β) Το μέσο τετραγωνικό σφάλμα σ^2
γ) Τον έλεγχο της στατιστικής σημαντικότητας των συντελεστών b και r σε $\alpha=0.05$
38. Τα παρακάτω δεδομένα αναφέρονται στο συνολικό κόστος και στις συνολικές πωλήσεις οκτώ καταστημάτων (σε εκατ. Δρχ.)

Καταστήματα :	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°
---------------	----	----	----	----	----	----	----	----

Κόστος :	19	10	14	13	12	20	21	18
Πωλήσεις :	23	15	20	14	16	33	32	22

Να υπολογιστούν οι συντελεστές συσχέτισης κατά τάξεις του Spearman και Kendall και να ελεγχθεί η στατιστική σημαντικότητα αυτών, σε $\alpha=0,05$.

4. Πρακτικό Μέρος: Κατάλογος Στοχοθεσίας Πρακτικών Ικανοτήτων και Δεξιοτήτων (Στοχοθεσία Εξεταστέας Ύλης Πρακτικού Μέρους)

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας, κατά το Πρακτικό Μέρος, οι υποψήφιοι της ειδικότητας **Στατιστικής Έρευνας Αγοράς και Δημοσκοπήσεων**, εξετάζονται σε γενικά θέματα επαγγελματικών γνώσεων και ικανοτήτων και επίσης σε ειδικές επαγγελματικές γνώσεις και ικανότητες, που περιλαμβάνονται αποκλειστικά στη στοχοθεσία του πρακτικού μέρους της ειδικότητας.

A. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Για το συγκεκριμένο μάθημα, οι καταρτιζόμενοι στα Ι.Ε.Κ. πρέπει να γνωρίζουν τις βασικές έννοιες και τους κλάδους δραστηριότητας της δημοσιογραφίας και μάλιστα όσα σχετίζονται άμεσα με το αντικείμενο της ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ που είναι το «ΡΕΠΟΡΤΑΖ-ΕΡΕΥΝΑ» και το «ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ».

Επιπρόσθετα οι καταρτιζόμενοι πρέπει να γνωρίζουν βασικά στοιχεία της μεθοδολογίας των κοινωνικών επιστημών, τις κυριότερες έννοιες και τα μεθοδολογικά εργαλεία της στατιστικής επιστήμης, καθώς και τα βασικότερα γλωσσολογικά-σημειολογικά μοντέλα, που διέπουν τη λειτουργία των έντυπων και ηλεκτρονικών Μ.Μ.Ε.

Αναλυτικότερα, έχει ως εξής:

- 1) Εννοιολογικές προσεγγίσεις στην επιστήμη των Μ.Μ.Ε. και της Δημοσιογραφίας (Βασικοί Ορισμοί)
- 2) Συνοπτικό ιστορικό της εξέλιξης των Μ.Μ.Ε.
- 3) Βασικές αρχές της Επικοινωνίας και ιδιαίτερα της σύγχρονης Πολιτικής και Μαζικής Επικοινωνίας
- 4) Οι έννοιες της Δημοσιότητας και της Κοινής Γνώμης και ρόλος τους στη σύγχρονη Δημοσιογραφία
- 5) Δεοντολογία και Νομικό Πλαίσιο λειτουργίας της Δημοσιογραφίας
- 6) Εισαγωγή στη Δημοσιογραφική Πρακτική
- 7) Έντυπη Δημοσιογραφία
- 8) Ηλεκτρονική Δημοσιογραφία
- 9) Έννοια και περιεχόμενο του ΡΕΠΟΡΤΑΖ
- 10) Είδη Ρεπορτάζ

- 11) ΡΕΠΟΡΤΑΖ-ΕΡΕΥΝΑ
- 12) ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΕΙΔΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ
- 13) ΓΚΑΛΟΠ-ΣΦΥΓΜΟΜΕΤΡΗΣΕΙΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ
- 14) Βασικές αρχές της εμπειρικής κοινωνικής έρευνας-συνοπτική αναφορά στα γλωσσολογικά – σημειολογικά μοντέλα ανάλυσης του λόγου κειμένων.

B. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Για το συγκεκριμένο μάθημα, οι καταρτιζόμενοι στα Ι.Ε.Κ. πρέπει να γνωρίζουν τις βασικές έννοιες και τους κλάδους δραστηριότητας της επικοινωνίας, της γλωσσολογίας, της κοινωνικής ψυχολογίας, της στατιστικής επιστήμης και της μεθοδολογίας των κοινωνικών επιστημών-επιστημολογίας.

Οι Τεχνικές Συνέντευξης χρησιμοποιούνται ως εργαλείο έρευνας και αξιολόγησης σε μια σειρά από τομείς, όπως είναι: Η Δημοσιογραφία, η Έρευνα Αγοράς, οι Σφυγμομετρήσεις Κοινής Γνώμης, η Διαφήμιση, ο Στρατηγικός σχεδιασμός, καθώς και η διαχείριση της πολιτικής-οικονομικής-κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης.

Αναλυτικότερα η στοχοθεσία της εξεταστέας ύλης έχει ως εξής:

- 1) Εννοιολογικές προσεγγίσεις στη δομή και το περιεχόμενο των «τεχνικών συνέντευξης»
- 2) Συνοπτικό ιστορικό της εξέλιξης της μεθοδολογίας των «τεχνικών συνέντευξης», στις κοινωνικές επιστήμες.
- 3) Βασικά γλωσσολογικά – σημειολογικά μοντέλα που εφαρμόζονται στις «τεχνικές συνέντευξης».
- 4) Επικοινωνιακά μοντέλα που εφαρμόζονται στις «τεχνικές συνέντευξης».
- 5) Μοντέλα της ατομικής και κοινωνικής ψυχολογίας που χρειάζονται στις «τεχνικές συνέντευξης»
- 6) Οι «τεχνικές συνέντευξης» στους τομείς της Έντυπης και Ηλεκτρονικής Δημοσιογραφίας
- 7) Οι «τεχνικές συνέντευξης» στους τομείς της Έρευνας Αγοράς και των Σφυγμομετρήσεων της Κοινής Γνώμης
- 8) Οι «τεχνικές συνέντευξης» στους τομείς της Διαχείρισης των Ανθρώπινων Πόρων και της Διοίκησης
- 9) Οι «τεχνικές συνέντευξης» στους τομείς της Δημοσιότητας, Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων
- 10) Οι «τεχνικές συνέντευξης» στους τομείς της Προβολής Διαφήμισης και Προώθησης στην Αγορά

- 11) Οι «τεχνικές συνέντευξης» που εφαρμόζονται στον Επαγγελματικό Προσανατολισμό και στις Τεχνικές Εύρεσης Εργασίας
- 12) «Ποσοτική» και «ποιοτική» ανάλυση του περιεχομένου μιας συνέντευξης
- 13) Αξιολογικά συστήματα (values- system) ανάλυσης μιας συνέντευξης
- 14) Πεδία εφαρμογών στις κοινωνικές και θετικές επιστήμες των «τεχνικών συνέντευξης»

Γ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Βασικός στόχος του μαθήματος αυτού είναι να διερευνήσει τα είδη, τις μορφές και τα συστήματα επικοινωνίας που αφορούν τόσο τις διαπροσωπικές, όσο και τις κοινωνικές σχέσεις, δηλαδή μεταξύ ατόμων-ομάδων, έτσι ώστε οι καταρτιζόμενοι της ειδικότητας αυτής να μπορούν να τα εφαρμόζουν στα δικά τους πεδία.

Η στατιστική επιστήμη, η έρευνα της αγοράς και οι τεχνικές δημοσκοπήσεων χρησιμοποιούν διαφορετικών ειδών επικοινωνιακά μοντέλα, ανάλογα με τους διερευνητικούς στόχους που θέτουν κάθε φορά. Η ατομική (διαπροσωπική) επικοινωνία, η πολιτική επικοινωνία, αλλά και η μαζική επικοινωνία σχετίζονται άμεσα με την παρούσα ειδικότητα.

Αναλυτικότερα η στοχοθεσία της εξεταστέας ύλης έχει ως εξής:

- 1) Εννοιολογικές προσεγγίσεις για την επιστήμη της «ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
- 2) Συνοπτικό ιστορικό εξέλιξης της έννοιας της Επικοινωνίας στην διαπροσωπική (ατομική) Επικοινωνία, στην κοινωνική (ομάδες) Επικοινωνία, στην πολιτική Επικοινωνία και στη σύγχρονη Μαζική Επικοινωνία
- 3) Είδη Επικοινωνίας
- 4) Μέσα Επικοινωνίας
- 5) Διαδικασίες και μοντέλα δομής της Επικοινωνίας
- 6) Θεωρίες Επικοινωνίας
- 7) Κώδικες Επικοινωνίας
- 8) Σημασιοδότηση (Σύμβολα και Σημεία)
- 9) Εμπειρικές μέθοδοι
- 10) Ιδεολογία και νοήματα της Επικοινωνίας
- 11) Εθολογία της Επικοινωνίας
- 12) Αξιολογικά συστήματα (values-system) της Επικοινωνίας

13) Οι σύγχρονες εξελίξεις στην επιστήμη της Επικοινωνιολογίας και οι διασυνδέσεις της με τις κοινωνικές και θετικές επιστήμες

Δ. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Στόχος του μαθήματος είναι να εισαχθούν οι μαθητές στην έννοια του ερωτηματολογίου, στα είδη και στη δημιουργία ερωτήσεων καθώς και στον έλεγχο της εγκυρότητας και αξιοπιστίας ολόκληρου του πεδίου του ερωτηματολογίου. Στο τέλος των εξαμήνων θα πρέπει να είναι σε θέση να δημιουργούν μόνοι τους όλα τα είδη των ερωτηματολογίων στηριζόμενα σε συγκεκριμένο θέμα, να ελέγχουν τις υποθέσεις τους και να μπορούν να εξαγάγουν μέσα από αυτό συμπεράσματα και δεδομένα.

Ε. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Στόχος του μαθήματος είναι να γνωρίσει ο καταρτιζόμενος τη στάση του καταναλωτή και τη συμπεριφορά του απέναντι σε καταναλωτικά ερεθίσματα.

Επίσης ο καταρτιζόμενος μαθαίνει για το πώς τα άτομα παίρνουν αποφάσεις για την τοποθέτηση διαθέσιμων πόρων (χρόνοι, χρήμα) σε καταναλωτικά είδη. Μαθαίνει ακόμη τα ειδικά και γενικά στοιχεία που αφορούν την εν γένει συμπεριφορά είτε του πολίτη είτε της κοινωνικής ομάδας σαν καταναλωτές προϊόντων και υπηρεσιών.

ΣΤ. ΓΕΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

Στόχος του μαθήματος είναι να δοθεί στον καταρτιζόμενο μια ολοκληρωμένη εικόνα για το άτομο. Εξετάζονται οι ενδοατομικές διαδικασίες προκειμένου να συνδεθούν με την ανάπτυξη του ατόμου και την ένταξη τους στο κοινωνικό σύνολο. Επίσης να γνωρίσει τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν ορισμένες τάξεις ανθρώπων ανάλογα με την ηλικία, την εργασία, τον τόπο κατοικίας και τρόπο ζωής.

Ζ. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ

Στόχος του μαθήματος είναι να διδαχθεί ο καταρτιζόμενος θέματα που άπτονται των κοινωνικών φαινομένων και περιστάσεων συνδέοντας τη θεωρία με την καθημερινή πρακτική. Επίσης εισάγονται οι έννοιες της κοινωνικοποίησης, των στερεοτύπων, των στάσεων καθώς και

άλλων εννοιών που βοηθούν στη καλύτερη κατανόηση της δράσης του ατόμου στα πλαίσια της κοινωνίας.

Η. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ Η/Υ

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας στις εξετάσεις της Στατιστικής Ανάλυσης Δεδομένων με Υπολογιστή θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να :

- 1) Γνωρίζει βασικές αρχές λειτουργίας και χρήσης Ηλεκτρονικών υπολογιστών
- 2) Κατανοεί τις διαφορές κεντρικής μνήμης (RAM), και της περιφερειακής μνήμης (δισκετών – σκληρού δίσκου)
- 3) Μορφοποιεί, αποθηκεύει, διορθώνει, αναζητεί και να εκτυπώνει αρχεία στον υπολογιστή
- 4) Κατέχει εις βάθος την λειτουργία και τις δυνατότητες του στατιστικού προγράμματος για υπολογιστή, SPSS για Dos/Windows
- 5) Εισάγει τα στοιχεία της έρευνάς του στο πρόγραμμα SPSS
- 6) Γνωρίζει για τις μεταβλητές του SPSS
- 7) Συντάσσει και να εκτελεί το σύνολο των εντολών του προγράμματος SPSS (εντολές μετασχηματισμού και επιλογής περιπτώσεων)
- 8) Εφαρμόζει την Περιγραφική Στατιστική στο SPSS
- 9) Κάνει Έλεγχο και Ανάλυση συσχέτισης και διακύμανσης με το SPSS
- 10) Δημιουργεί Γραφικές Παραστάσεις με το SPSS
- 11) Συντάσσει Πίνακες Αποτελεσμάτων επεξεργασίας στοιχείων
- 12) Ερμηνεύει τα αποτελέσματα της Ηλεκτρονικής Ανάλυσης Δεδομένων

Θ. ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας στις εξετάσεις των Μεθόδων Έρευνας Αγοράς θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να :

- 1) Γνωρίζει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στην Έρευνα Αγοράς
- 2) Έχει γνώση των θεωριών προσωπικότητας, στάσεων και συμπεριφορών
- 3) Έχει γνώση των χαρακτηριστικών των ατόμων και των ομάδων καταναλωτών

- 4) Έχει γνώση της συμπεριφοράς καταναλωτή
- 5) Ξεχωρίζει ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά
- 6) Επεξεργάζεται τα δεδομένα με χρήση μεθόδων και τεχνικών της Στατιστικής
- 7) Οργανώνει και διεξάγει δειγματοληπτικές έρευνες
- 8) Γνωρίζει και να σχεδιάζει τη δειγματοληψία όταν και όποτε απαιτείται
- 9) Συντάσσει κατάλληλα ερωτηματολόγια και να εξάγει πολύτιμα συμπεράσματα
- 10) Ερμηνεύει τη σφυγμομέτρηση της κοινής γνώμης
- 11) Συμμετέχει σε δειγματοληπτικούς ελέγχους και να καταγράφει με ακρίβεια τις μετρήσεις του δείγματος
- 12) Εφαρμόζει τις θεωρίες του Μάρκετινγκ στην εφαρμογή των μεθόδων Έρευνας Αγοράς

I. MARKETING I,II,III,IV

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας στις εξετάσεις του Μάρκετινγκ θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να :

- 1) Γνωρίζει το περιεχόμενο και την έννοια του Μάρκετινγκ
- 2) Κατανοεί και αναλύει τις κατηγορίες του Μάρκετινγκ
- 3) Εξασφαλίζει τα κατάλληλα διαφημιστικά μέσα
- 4) Σχεδιάζει τα σωστά διαφημιστικά μηνύματα
- 5) Παρακολουθεί την διαφημιστική εκστρατεία
- 6) Παρουσιάζει τα στοιχεία για την τιμολόγηση του προϊόντος
- 7) Καταγράφει την πορεία τιμολόγησης στον κύκλο ζωής ενός προϊόντος
- 8) Αναλύει τη σχέση τιμών ενός προϊόντος και μιας σειράς προϊόντων
- 9) Επιμελείται για την υπηρεσία ενημέρωσης και χρήσης του προϊόντος
- 10) Φροντίζει για την παροχή εγγυήσεων και την απόδοση του προϊόντος
- 11) Παρακολουθεί και συγκεντρώνει στοιχεία για την κίνηση των καναλιών διανομής
- 12) Συντάσσει τους πίνακες που αφορούν την κίνηση του δικτύου διανομής προϊόντων

13) Εποπτεύει την εκτέλεση των διαδικασιών συσκευασίας, φόρτωσης, μεταφοράς, παραλαβής και αποθήκευσης έτοιμων προϊόντων από την παραγωγή

ΙΑ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MANAGEMENT

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας στις εξετάσεις του Management θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να γνωρίζει καλά τα θέματα που διαπραγματεύονται :

- 1) Θέματα που αφορούν την Οργάνωση και Διοίκηση των επιχειρήσεων
- 2) Θέματα που αφορούν την Διοίκηση Προσωπικού
- 3) Θέματα που αφορούν τις Δημόσιες Σχέσεις και το Μάρκετινγκ
- 4) Τις θεωρίες περί Ανθρώπινου δυναμικού
- 5) Τις σχέσεις Επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων μέσα στην Επιχείρηση
- 6) Τις Ικανότητες και την Αξιολόγηση του προσωπικού
- 7) Των Τεχνικών Συναλλαγής
- 8) Των θεωριών της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης
- 9) Της Στατιστικής
- 10) Των Οικονομικών Μαθηματικών
- 11) Της κοστολόγησης

ΙΒ. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ I, II, III, IV

Για την πιστοποίηση της επαγγελματικής ικανότητας στις εξετάσεις της Στατιστικής θα πρέπει ο καταρτιζόμενος να :

- 1) Γνωρίζει όλα τα στοιχεία της θεωρίας της Στατιστικής
- 2) Μπορεί να διακρίνει τις διαφορετικές μετρήσεις που πραγματοποιούνται
- 3) Συλλέγει, καταγράφει και να αναλύει στατιστικά στοιχεία
- 4) Ξεχωρίζει ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά
- 5) Επεξεργάζεται τα δεδομένα με χρήση μεθόδων και τεχνικών της Στατιστικής

- 6) Σχεδιάζει γραφήματα, πίνακες και ιστογράμματα για την καλύτερη παρουσίαση των αποτελεσμάτων
- 7) Γνωρίζει και να σχεδιάζει τη δειγματοληψία όταν και όποτε απαιτείται
- 8) Συντάσσει κατάλληλα ερωτηματολόγια και να εξάγει πολύτιμα συμπεράσματα
- 9) Έχει ευχέρεια και τριβή στον υπολογισμό πράξεων και τύπων της Στατιστικής επιστήμης
- 10) Απεικονίζει τα δεδομένα του σε διαγράμματα, να τα επεξηγεί και να τα ερμηνεύει
- 11) Εφαρμόζει τις γνώσεις Στατιστικής που απέκτησε σε διάφορα είδη προβλημάτων
- 12) Συμμετέχει σε δειγματοληπτικούς ελέγχους και να καταγράφει με ακρίβεια τις μετρήσεις του δείγματος