

Περιεχόμενα

	<i>Σελίδα</i>
ΚΕΦ. 1 Η ΕΡΕΥΝΑ MARKETING	15
1.1 Φύση, σκοπός και περιορισμοί της έρευνας	15
1.1.1 Marketing και Έρευνα Marketing	15
1.1.2 Περιορισμοί	18
1.1.3 Ορισμοί	19
1.1.4 Ιστορική αναδρομή της Έρευνας Marketing.....	22
1.2 Το περιβάλλον της Έρευνας	23
1.2.1 Ο ρόλος της έρευνας Marketing στην επιχείρηση και στο Management	23
1.2.2 Είδη ερευνών με διαφορετικά κριτήρια.....	25
1.2.3 Συστήματα Διοίκησης Πληροφοριών Marketing.....	26
1.3 Δεοντολογία της Έρευνας Marketing	33
1.3.1 Ευρωπαϊκή Εταιρεία για την Έρευνα της Κοινής Γνώμης και την Έρευνας Αγοράς (European Society for Opinion and Marketing Research –ESOMAR).....	33
1.3.2 Σύλλογος Εταιριών Δημοσκοπήσης και Έρευνας Αγοράς -ΣΕΔΕΑ	37
1.4 Η Ελληνική Αγορά Εργασίας και οι Εταιρείες Ερευνών Marketing στην Ελλάδα	40
1.4.1 Η παρούσα κατάσταση	40
1.4.2 Η Ελληνική Αγορά Εργασίας στο Χώρο της Έρευνας Marketing	42

	<i>Σελίδα</i>
1.4.3 Εταιρείες Έρευνας Marketing	43
<i>Βιβλιογραφία 1ου Κεφαλαίου</i>	46
ΚΕΦ. 2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ	47
2.1 Παράμετροι που συμβάλλουν στο προσδιορισμό και τη διατύπωση του προβλήματος	47
2.2 Παράδειγμα ανάλυσης κόστους – οφέλους στην απόφαση για την Έρευνα Marketing	50
2.3 Δέντρα αποφάσεων	63
<i>Βιβλιογραφία 2ου Κεφαλαίου</i>	66
ΚΕΦ. 3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΗΓΩΝ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	67
3.1 Κατηγορίες σχεδίων έρευνας	67
3.2 Σύγκριση των Panels με τις Cross Sectional	80
3.2.1 Παράδειγμα Cross Sectional Analysis	81
3.2.2 Παράδειγμα Longitudinal Research	84
3.2.3 Ένα παράδειγμα από τη Πολιτική Έρευνα	87
3.3 Αιτιολογικές Έρευνες (causal)	88
3.4 Χρονικός προγραμματισμός Ερευνών	92
3.5 Πηγές των πληροφοριών	94
<i>Βιβλιογραφία 3ου Κεφαλαίου</i>	98
ΚΕΦ. 4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	99
4.1 Σχεδιασμός συλλογής στοιχείων	99
4.2 Έντυπα συλλογής των στοιχείων	101
4.3 Σύνταξη Ερωτηματολογίων	102
4.3.1 Διαδικασία ανάπτυξης ερωτηματολογίων	102
4.3.2 Αποφάσεις για το περιεχόμενο της ερώτησης	104
4.3.3 Αποφάσεις για το σχήμα (τύπο) της ερώτησης	107
4.3.4 Αποφάσεις για τη διατύπωση της ερώτησης	109
4.3.5 Αποφάσεις για την αλληλοχία και τα φυσικά χαρακτηριστικά των ερωτήσεων	110

4.4 Κλίμακες μέτρησης της στάσης των ερευνόμενων	111
<i>Βιβλιογραφία 4ου Κεφαλαίου</i>	118

ΚΕΦ. 5 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ **119**

5.1 Σχεδιασμός της δειγματοληπτικής έρευνας	119
--	------------

5.2 Προσδιορισμός του μεγέθους του δείγματος	125
---	------------

5.2.1 Συνδυαστική ανάλυση.....	126
--------------------------------	-----

5.2.2 Παραδείγματα υπολογισμού του δείγματος με κανονική κατανομή	128
---	-----

5.2.3 Παράδειγμα υπολογισμού του δείγματος με διωνυμική κατανομή	139
--	-----

5.2.4 Μέθοδοι τυχασίας δειγματοληψίας.....	152
--	-----

5.2.5 Παραδείγματα με βάση την ανάλογη και τη δυσανάλογη στρωματοποιημένη δειγματοληψία.....	165
---	-----

5.3. Συλλογή των στοιχείων	177
---	------------

5.3.1 Το τμήμα Field.....	177
---------------------------	-----

5.3.2 Η τεχνική της συνέντευξης.....	178
--------------------------------------	-----

<i>Βιβλιογραφία 5ου Κεφαλαίου</i>	182
---	-----

ΚΕΦ. 6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ **183**

6.1 Στατιστική ανάλυση στοιχείων με βάση τον Η/Υ	183
---	------------

6.2 Παράδειγμα ανάλυσης στοιχείων από ερωτηματολόγια με πίνακες διπλής εισόδου	188
---	------------

<i>Βιβλιογραφία 6ου Κεφαλαίου</i>	199
---	-----

ΚΕΦ. 7 ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΜΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΠΑΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.... **201**

<i>Βιβλιογραφία 7ου Κεφαλαίου</i>	212
---	-----

**ΚΕΦ. 8 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ
ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ MARKETING** **213**

8.1 Focus Research	213
---------------------------------	------------

8.2 Research International	220
---	------------

8.3 Metron Analysis	239
----------------------------------	------------

8.4 Icap	244
-----------------------	------------

8.5 Kapa Research	250
--------------------------------	------------

	<i>Σελίδα</i>
8.6 GFK Market Analysis	255
8.7 Πρώην Γενικός Διευθυντής Εταιρειών Έρευνας Marketing	262
8.8 Colgate- Palmolive	266
8.9 AC Nielsen	276
8.10 MRC	293
8.11 EDGE	305
8.12 Global Link	313
8.13 Qed	317
8.14 Opinion	322
ΚΕΦ. 9 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	335
9.1 Εισαγωγή στη Στατιστική	335
9.1.1 Περιγραφική Στατιστική	337
9.1.1.1 Παράμετροι κεντρικής τάσης	337
9.1.1.2 Παράμετροι θέσης	340
9.1.1.3 Παράμετροι Διασποράς	340
9.1.1.4 Συντελεστής μεταβλητικότητας	342
9.2 Επαγωγική Στατιστική	343
9.2.1 Πιθανότητες	343
9.2.2 Κατανομές.....	344
9.2.2.1 Διωνυμική Κατανομή και η Κατανομή Poisson.....	346
9.2.2.2 Κανονική Κατανομή	346
9.2.2.3 Τυποποιημένη Κανονική Κατανομή	347
9.3 Κεντρικό Οριακό Θεώρημα	349
9.4 Εμπειρική Ανάλυση	354
9.5 Συσχέτιση	368
9.6 Παλινδρόμηση	372
9.7 Conjoint Analysis	381
9.8 Τυπολόγιο	386
<i>Βιβλιογραφία 9ου Κεφαλαίου</i>	388
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	389