

---

# Οιλικό Marketing

---

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κέντρο Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης (Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.) του **Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ε.Κ.Π.Α.)** σας καλωσορίζει στο Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης και συγκεκριμένα στο πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης με τίτλο **«Οινικό Marketing»**.

Η ανάγκη συνεχούς επιμόρφωσης και πιστοποίησης επαγγελματικών δεξιοτήτων οδήγησε το **Πρόγραμμα Συμπληρωματικής εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (E-Learning)** του Ε.Κ.Π.Α. στο σχεδιασμό των πρωτοποριακών αυτών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Επιμόρφωσης και Κατάρτισης, με γνώμονα τη **διασύνδεση της θεωρητικής με την πρακτική γνώση**, αναπτύσσοντας κυρίως, την εφαρμοσμένη διάσταση των επιστημών στα αντίστοιχα επαγγελματικά πεδία.

Στη συνέχεια, σας παρουσιάζουμε αναλυτικά το πρόγραμμα σπουδών για το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης: **«Οινικό Marketing»**, τις προϋποθέσεις συμμετοχής σας σε αυτό, καθώς και όλες τις λεπτομέρειες που πιστεύουμε ότι είναι χρήσιμες, για να έχετε μια ολοκληρωμένη εικόνα του προγράμματος.

## 2. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η ύπαρξη πολλών (κυρίως μικρών) οινοποιών σήμερα, καθιστά στον κλάδο του οίνου ιδιαίτερα ανταγωνιστικό. Ο ανταγωνισμός πια, δεν περιορίζεται στο προϊόν και την ποιότητα αυτού αλλά επεκτείνεται και σε άλλα επίπεδα. Οι οινοποιοί αναζητούν ολοένα και περισσότερο τρόπους να ξεχωρίσουν στην αγορά και να προωθήσουν με αποτελεσματικό τρόπο τα κρασιά τους. Ο κλάδος του οίνου στις μέρες μας, επιθυμεί να απορροφήσει αλλά και να εκπαιδεύσει στελέχη καθώς και το προσωπικό του, που όχι μόνο γνωρίζουν σε βάθος το προϊόν αλλά είναι σε θέση να διεκδικήσουν ένα διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα φιλοδοξεί να διαδώσει στους εκπαιδευόμενους τις βασικές αρχές του οινικού μάρκετινγκ, εστιάζοντας σε τρόπους με τους οποίους ένα οινοποιείο μπορεί να προωθήσει τα προϊόντα του και να επικοινωνήσει εποικοδομητικά την εταιρική εικόνα του. Εκτός από την ανάλυση των τεσσάρων στοιχείων του μείγματος μάρκετινγκ, γίνεται αναφορά στη συμπεριφορά του καταναλωτή οίνου, αναλύεται εκτενώς το μείγμα προβολής, ενώ παρουσιάζονται ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι έρευνας μάρκετινγκ για τον κλάδο του οίνου. Στόχος είναι οι εκπαιδευόμενοι να αποκτήσουν μια σφαιρική άποψη του

μάρκετινγκ οίνων αλλά και ταυτόχρονα να διεισδύσουν σε χρήσιμες έννοιες που έχουν άμεση πρακτική εφαρμογή στο χώρο εργασίας τους.

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε οινοποιούς που θέλουν να επιβλέπουν ολιστικά το προϊόν τους και την εμπορική διάθεση αυτού, οιολόγους, γεωπόνους, σε μαρκετιερς, εργαζόμενους σε οινοποιία, σε απόφοιτους ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ τμημάτων οιολογίας/γεωπονίας, σε άτομα που σκοπεύουν να ασχοληθούν επιχειρηματικά με τον κλάδο του οίνου αλλά και σε όλους εκείνους που ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο κλάδο σε επαγγελματικό ή ακόμη και σε προσωπικό επίπεδο.

### **3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΠΟΥ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΔΕΚΤΟΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ - ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΤΑΞΗΣ**

Αίτηση συμμετοχής μπορούν να υποβάλλουν:

- ▶ απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ της ημεδαπής και της αλλοδαπής
- ▶ απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης

Η αίτηση συμμετοχής υποβάλλεται ηλεκτρονικά, μέσω της ιστοσελίδας:

<https://elearningekpa.gr/>

### **4. ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ**

Τα προαπαιτούμενα για την παρακολούθηση του Προγράμματος από τους εκπαιδευόμενους είναι:

- ▶ Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- ▶ Κατοχή προσωπικού e-mail
- ▶ Βασικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών

### **5. ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Η διδασκαλία στα προγράμματα εξ αποστάσεως επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ διεξάγεται μέσω του διαδικτύου, προσφέροντας στον εκπαιδευόμενο «αυτονομία», δηλαδή δυνατότητα μελέτης ανεξαρτήτως περιοριστικών παραγόντων, όπως η υποχρέωση της φυσικής του παρουσίας σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο.

Το εκπαιδευτικό υλικό του προγράμματος διατίθεται σταδιακά, ανά διδακτική ενότητα, μέσω ειδικά διαμορφωμένων ηλεκτρονικών τάξεων. Κατά την εξέλιξη κάθε θεματικής ενότητας αναρτώνται σε σχετικό link οι απαραίτητες για την ομαλή διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας ανακοινώσεις.

Ο εκπαιδευόμενος, αφού ολοκληρώσει τη μελέτη της εκάστοτε διδακτικής ενότητας, καλείται να υποβάλει ηλεκτρονικά, το αντίστοιχο τεστ αξιολόγησης. Τα τεστ μπορεί να περιλαμβάνουν ερωτήσεις αντιστοίχισης ορθών απαντήσεων, πολλαπλής επιλογής, αληθούς/ψευδούς δήλωσης, ή upload, όπου ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να διατυπώσει και να επισυνάψει την απάντησή του. Η θεματική ενότητα μπορεί να συνοδεύεται από τελική εργασία, η οποία διατίθεται κατά την ολοκλήρωση της θεματικής ενότητας (εφόσον το απαιτεί η φύση της θεματικής ενότητας) και αφορά το σύνολο της διδακτέας ύλης.

Παράλληλα, παρέχεται **πλήρης εκπαιδευτική υποστήριξη** δεδομένου ότι ο εκπαιδευόμενος μπορεί να απευθύνεται ηλεκτρονικά (για το διάστημα που διαρκεί το εκάστοτε μάθημα) στον ορισμένο εκπαιδευτή του, μέσω ενσωματωμένου στην πλατφόρμα ηλεκτρονικού συστήματος επικοινωνίας, για την άμεση επίλυση αποριών σχετιζόμενων με τις θεματικές ενότητες και τις ασκήσεις αξιολόγησης ή την τελική εργασία.

## **6. ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ**

Σε κάθε διδακτική ενότητα ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να επιλύει και να υποβάλλει ηλεκτρονικά το αντίστοιχο τεστ, τηρώντας το χρονοδιάγραμμα που έχει δοθεί από τον εκπαιδευτή του. Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0 έως 100%. Συνολικά, η βαθμολογία κάθε θεματικής ενότητας προκύπτει κατά το 60% από τις ασκήσεις αξιολόγησης και κατά το υπόλοιπο 40% από την τελική εργασία, η οποία εκπονείται στο τέλος του συγκεκριμένου μαθήματος και εφόσον το απαιτεί η φύση αυτού.

Η χορήγηση του **Πιστοποιητικού Επιμόρφωσης** πραγματοποιείται, όταν ο εκπαιδευόμενος λάβει σε όλα τα μαθήματα βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%. Σε περίπτωση που η συνολική βαθμολογία ενός ή περισσότερων μαθημάτων δεν ξεπερνά το 50%, ο εκπαιδευόμενος έχει τη δυνατότητα επανεξέτασης των μαθημάτων αυτών μετά την ολοκλήρωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας του προγράμματος. Η βαθμολογία που θα συγκεντρώσει κατά τη διαδικασία επανεξέτασής του είναι και η οριστική για τα εν λόγω μαθήματα, με την προϋπόθεση ότι ξεπερνά εκείνη που συγκέντρωσε κατά την κανονική διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Σε διαφορετική περίπτωση διατηρείται η αρχική βαθμολογία.

## 7. ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ - ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

Πέρα από την **επιτυχή ολοκλήρωση** του προγράμματος για τη χορήγηση του Πιστοποιητικού απαιτούνται τα εξής:

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης**

Η διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης Εκπαιδευόμενου στοχεύει στη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχομένων εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, εξουσιοδοτημένο στέλεχος του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ, επικοινωνεί τηλεφωνικά με ένα τυχαίο δείγμα εκπαιδευόμενων, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές διαδικασίες του προγράμματος, εάν αντιμετώπισαν προβλήματα σε σχέση με το εκπαιδευτικό υλικό, την επικοινωνία με τον ορισμένο εκπαιδευτή τους, καθώς και με τη γενικότερη μαθησιακή διαδικασία. Η τηλεφωνική επικοινωνία διεξάγεται με την ολοκλήρωση του εκάστοτε προγράμματος, ενώ η μέση χρονική διάρκειά της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι περίπου 2-3 λεπτά.

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Ταυτοποίησης, εφόσον κληθεί, ή μη ταυτοποίησής του κατά τη διεξαγωγή της, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Συμμετοχή του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων**

Ο δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων διασφαλίζει την εγκυρότητα των στοιχείων που έχει δηλώσει ο εκπαιδευόμενος στην αίτηση συμμετοχής του στο Πρόγραμμα και βάσει των οποίων έχει αξιολογηθεί και εγκριθεί η αίτηση συμμετοχής του σε αυτό.

Κατά τη διάρκεια ή μετά το πέρας του προγράμματος, πραγματοποιείται δειγματοληπτικός έλεγχος εγγράφων από τη Γραμματεία. Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά τα οποία πιστοποιούν τα στοιχεία που έχει δηλώσει στην αίτηση συμμετοχής (Αντίγραφο Πτυχίου, Αντίγραφο Απολυτήριου Λυκείου, Βεβαίωση Εργασιακής Εμπειρίας, Γνώση Ξένων Γλωσσών κ.τ.λ.).

Σε περίπτωση μη συμμετοχής του εκπαιδευόμενου στη διαδικασία Δειγματοληπτικού Ελέγχου Εγγράφων, εφόσον κληθεί, ή μη ύπαρξης των δικαιολογητικών αυτών, δεν χορηγείται το πιστοποιητικό σπουδών, ακόμα και αν έχει ολοκληρώσει επιτυχώς την εξ αποστάσεως εκπαιδευτική διαδικασία.

► **Αποπληρωμή του συνόλου των διδάκτρων**

Ο εκπαιδευόμενος θα πρέπει να μην έχει οικονομικής φύσεως εκκρεμότητες. Σε περίπτωση που υπάρχουν τέτοιες, το πιστοποιητικό σπουδών διατηρείται στο αρχείο της Γραμματείας, μέχρι την ενημέρωση της για τη διευθέτηση της εκκρεμότητας.

Αναλυτική περιγραφή των παραπάνω υπάρχει στον Κανονισμό Σπουδών:

<https://elearningekpa.gr/regulation>

## **8. ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ**

Οι συγγραφείς του εκπαιδευτικού υλικού είναι μέλη ΔΕΠ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών ή και ειδικοί εμπειρογνώμονες με ιδιαίτερη συγγραφική καταξίωση, οι οποίοι κατέχουν πολύ βασικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος.

## **9. ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΥΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Το πρόγραμμα επαγγελματικής επιμόρφωσης και κατάρτισης περιλαμβάνει **3 θεματικές ενότητες (μαθήματα)**.

### **ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ**

#### **ΜΑΘΗΜΑ 1: Εισαγωγή στο Οινικό Marketing**

##### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 1: Βασικές Έννοιες**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η εισαγωγή των εκπαιδευόμενων στην έννοια του μάρκετινγκ και η κατανόηση της χρησιμότητας αυτού στον κλάδο του κρασιού. Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα αυτή δίνεται ο ορισμός του μάρκετινγκ και περιγράφονται με συντομία τα βασικά στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ (τα οποία θα αναλυθούν εκτενώς σε επόμενες ενότητες) καθώς και τα τρία επιπλέον στοιχεία του μάρκετινγκ υπηρεσιών/εκτεταμένου μείγματος μάρκετινγκ (άνθρωποι, διαδικασίες, φυσική μαρτυρία). Επιπλέον αναλύεται η διαδικασία του μάρκετινγκ, εστιάζοντας στην προσαρμογή των βημάτων της διαδικασίας στον κλάδο του κρασιού.

##### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Το Περιβάλλον του Οινικού Μάρκετινγκ**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι η ανάλυση του περιβάλλοντος μάρκετινγκ και η μελέτη της των επιπτώσεων του περιβάλλοντος στις επιχειρήσεις του κλάδου. Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα αυτή καταγράφονται οι έξι βασικοί παράγοντες του μικροπεριβάλλοντος της επιχείρησης (εταιρεία, οι προμηθευτές, οι διαμεσολαβητές, οι πελάτες, οι ανταγωνιστές και η κοινή γνώμη) και μελετώνται οι κύριες διαστάσεις του μακροπεριβάλλοντος (ή αλλιώς

εξωτερικού περιβάλλοντος), δίνοντας έμφαση στο πώς η κάθε διάσταση μπορεί άμεσα ή έμμεσα να επηρεάσει τον κλάδο του οίνου. Επιπλέον, σε αυτή την ενότητα αναλύεται το ηλεκτρονικό περιβάλλον μάρκετινγκ, ως νέα τάση στον κλάδο του οίνου, καθώς και το διεθνές περιβάλλον.

## ΜΑΘΗΜΑ 2: Το Μείγμα Οινικού Μάρκετινγκ

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 1: Προϊόν, Τιμολόγηση, Διανομή**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθούν τα τρία από τα τέσσερα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ, δηλαδή το προϊόν, η τιμολόγηση και η διανομή (στο τέταρτο στοιχείο, δηλαδή την προβολή, εστιάζουν οι επόμενες διδακτικές ενότητες). Πιο συγκεκριμένα, η ενότητα αυτή έχει στόχο να περιγράψει τα επίπεδα του προϊόντος, την αξία της μάρκας και να εξετάσει το ρόλο του ονόματος (brand name) και της συσκευασίας. Επιπλέον, συζητούνται οι κύριες μέθοδοι τιμολόγησης που μπορούν να εφαρμοστούν στον κλάδο του κρασιού και σχολιάζεται η παρουσία των διαύλων/καναλιών διανομής ως μέλη σε ένα ευρύτερο δίκτυο παροχής αξίας.

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Προβολή I: Προώθηση Πωλήσεων, Διαφήμιση, Δημόσιες Σχέσεις**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθούν τα τρία από τα τέσσερα στοιχεία του μείγματος προβολής, δηλαδή η προώθηση πωλήσεων, η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις. Δίνεται ο ορισμός του κάθε στοιχείου και περιγράφονται οι ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει μια επιχείρηση στο πλαίσιο του καθενός. Στην περιγραφή των ενεργειών, η συγκεκριμένη ενότητα εστιάζει στην αποτελεσματική προώθηση κρασιών, τόσο σε εμπορικό όσο και σε καταναλωτικό επίπεδο, και δίνει ανάλογα παραδείγματα. Επίσης, σκοπός της ενότητας είναι να παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των βασικών διαφημιστικών μέσων και να αναφέρει τους βασικούς τρεις τύπους διαφήμισης (ενημερωτική, πειστική και υπομνηστική διαφήμιση).

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 3: Προβολή II: Προσωπική Πώληση**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθεί η διαδικασία της προσωπικής πώλησης. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζονται τα βασικά βήματα που ακολουθούνται κατά τη διάρκεια της πώλησης και σχολιάζονται ορισμένες τεχνικές που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στον κλάδο του κρασιού. Στην περιγραφή της διαδικασίας της πώλησης δίνεται έμφαση στο στάδιο της προσέγγισης και στη διαχείριση των αντιρρήσεων, βήματα τα οποία θεωρούνται

ιδιαίτερα σημαντικά. Επίσης, η συγκεκριμένη ενότητα έχει σκοπό να περιγράψει το προφίλ ενός καλού πωλητή, δηλαδή να εντοπίσει τα χαρακτηριστικά εκείνα που διαθέτουν συνήθως οι κορυφαίοι πωλητές. Τα στοιχεία αυτά αξιολογούνται από το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού προκειμένου να προσληφθεί ένας νέος πωλητής.

## ΜΑΘΗΜΑ 3: Έρευνα Οινικού Μάρκετινγκ

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 1: Εισαγωγή στην Έρευνα Μάρκετινγκ και Ποιοτική έρευνα**

Σκοπός της παρούσας διδακτικής ενότητας είναι να παρουσιαστούν οι βασικές έννοιες της έρευνας μάρκετινγκ και να αναλυθούν τα κύρια βήματά της, δίνοντας έμφαση στη χρησιμότητα της έρευνας στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον του κλάδου του κρασιού. Επίσης, η ενότητα αυτή έχει σκοπό να αναλύσει τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής έρευνας και να εστιάσει στις δυο δημοφιλέστερες μεθόδους συλλογής ποιοτικών δεδομένων, τις σε βάθος συνεντεύξεις (in-depth interviews) και τις ομάδες εστίασης (focus groups). Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα αυτή περιγράφεται η διαδικασία των δυο μεθόδων καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της καθεμίας, τονίζοντας τα πεδία εφαρμογής τους στο πλαίσιο του οινικού μάρκετινγκ.

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Μέθοδοι Παρατήρησης και Προβολικές Τεχνικές**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθούν οι κύριες χρήσεις, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της παρατήρησης, παρουσιάζοντας παραδείγματα εφαρμογών στον κλάδο του κρασιού. Επιπλέον, στην παρούσα ενότητα αναλύονται οι βασικές προβολικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται στην έρευνα μάρκετινγκ, δηλαδή η συμπλήρωση λέξεων/φράσεων, η συμπλήρωση ιστορίας, η τεχνική τρίτου προσώπου και η τεχνική θεματικής εκτίμησης. Εκτός από τα χαρακτηριστικά και τα πεδία εφαρμογών της κάθε τεχνικής, αναφέρονται σε αυτή την ενότητα και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των προβολικών τεχνικών.

### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 3: Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου**

Σκοπός της διδακτικής ενότητας είναι να αναλυθεί η διαδικασία σχεδιασμού ενός ερωτηματολογίου και να παρουσιαστούν οι βασικές αρχές διατύπωσης ερωτήσεων που θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν σε ένα έγκυρο και αξιόπιστο εργαλείο έρευνας στον κλάδο του κρασιού. Πιο συγκεκριμένα, εντοπίζονται συχνά λάθη που ο ερευνητής θα πρέπει να αποφύγει και προτείνονται λύσεις για την κατασκευή ερωτήσεων τις οποίες ο συμμετέχοντας στην έρευνα θα μπορεί εύκολα και με ακρίβεια να απαντήσει. Επίσης, η συγκεκριμένη

διδασκτική ενότητα έχει σκοπό να αναλύσει τις τέσσερις μεθόδους διανομής ενός ερωτηματολογίου (προσωπική, ταχυδρομική, τηλεφωνική και ηλεκτρονική), εστιάζοντας στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της καθεμίας.

#### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 4: Δειγματοληψία και Κωδικοποίηση Στοιχείων**

Σκοπός της διδασκτικής ενότητας είναι να παρουσιαστούν οι κύριες μέθοδοι δειγματοληψίας και να αποσαφηνιστεί η διαφορά της δειγματοληψίας με την απογραφή. Πιο συγκεκριμένα, σε αυτή την ενότητα αναλύονται οι κύριες μέθοδοι δειγματοληψίας πιθανότητας και μη πιθανότητας και εντοπίζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της καθεμίας. Επίσης, η συγκεκριμένη ενότητα έχει σκοπό να εισαγάγει τους ενδιαφερόμενους στην κωδικοποίηση των στοιχείων που έχουν συλλεγεί μέσω της ποσοτικής έρευνας (ερωτηματολόγιο). Η κωδικοποίηση είναι μια απαραίτητη διαδικασία προκειμένου τα στοιχεία να μεταφερθούν σε ένα φύλλο εργασίας για τη μετέπειτα στατιστική ανάλυση.

### ΜΑΘΗΜΑ 4: Συμπεριφορά του Καταναλωτή Οίνου

#### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ :Συμπεριφορά του Καταναλωτή Οίνου**

Δια ζώσης. Όσοι δεν μπορέσουν να παραβρεθούν θα παρακολουθήσουν υποχρεωτικά μέσω live streaming