**ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΙ**

**ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

1. **ΓΕΝΙΚΑ**

| **ΣΧΟΛΗ** | ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ |
| --- | --- |
| **ΤΜΗΜΑ** | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ |
| **ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ**  | ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ |
| **ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | **ΕΨΜ 5115** | **ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ** | 5ο |
| **ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΙ |
| **ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**  | **ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** | **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ** |
| Διαλέξεις  | 2 |  |
| Εργαστηριακές Ασκήσεις | 2 |  |
| *Σύνολο* | 4 | 5 |
| **ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ** | Υποχρεωτικό |
| **ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:** | ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ Ι |
| **ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:** | Ελληνική |
| **ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS** | ΝΑΙ (στην Αγγλική) |
| **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)** |  |

1. **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

| **Μαθησιακά Αποτελέσματα** |
| --- |
|  |
| Σκοπός του μαθήματος είναι να εξοικειώσει τους φοιτητές με τα βασικά στάδια διεξαγωγής μιας ποσοτικής έρευνας και συγκεκριμένα μιας δημοσκόπησης. Στα πλαίσια του μαθήματος οι φοιτητές θα γνωρίσουν τον τρόπο αξιολόγησης μιας δημοσκόπησης ενώ παράλληλα θα αποκτήσουν την τεχνογνωσία για την διεξαγωγή μιας δημοσκόπησης μέσω του καθορισμού των ερευνητικών στόχων, της επιλογής της κατάλληλης μεθόδου δειγματοληψίας, της στατιστικής ανάλυσης των αποτελεσμάτων και της προετοιμασίας της αναφοράς – παρουσίασης των αποτελεσμάτων της έρευνας. Σημαντικό μέρος του μαθήματος αφορά τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS για τη στατιστική ανάλυση πρωτογενών ποσοτικών δεδομένων.Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές / τριες θα είναι σε θέση να:1. Αξιολογούν την αξιοπιστία μιας δημοσκόπησης και των αποτελεσμάτων της.
2. Αναλύουν και να συγκρίνουν τα αποτελέσματα παρόμοιων δημοσκοπήσεων τα οποία προβάλλονται μέσω των ΜΜΕ.
3. Σχεδιάζουν τη μεθοδολογία μιας ποσοτικής έρευνας θέτοντας τους κατάλληλους ερευνητικούς στόχους, διατυπώνοντας τις κατάλληλες ερευνητικές υποθέσεις και επιλέγοντας την κατάλληλη μέθοδο συλλογής δεδομένων (συμβατικές και διαδικτυακές) και δειγματοληψίας.
4. Αναπτύσσουν το κατάλληλο μεθοδολογικό εργαλείο (ερωτηματολόγιο) για τη διεξαγωγή μιας δημοσκόπησης.
5. Χρησιμοποιούν το στατιστικό πακέτο SPSS για να καταχωρούν, να επεξεργάζονται και να αναλύουν στατιστικά, πρωτογενή ποσοτικά δεδομένα.
6. Επιλέγουν το κατάλληλο στατιστικό τεστ προκειμένου να ελέγξουν διάφορες ερευνητικές υποθέσεις και ερευνητικούς στόχους.
 |
|  | **Γενικές Ικανότητες** |
|  |
|  |  |
| * Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
* Αυτόνομη εργασία
* Άσκηση Κριτικής
* Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
* Λήψη Αποφάσεων
* Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
 |

1. **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

| Ενδεικτικές ενότητες:* Ιστορική αναδρομή των δημοσκοπήσεων στην Αμερική και την Ελλάδα
* Κώδικας δεοντολογίας των εταιρειών δημοσκοπήσεων
* Αξιολόγηση της αξιοπιστίας μιας δημοσκόπησης
* Στάδια Έρευνας, τύποι έρευνας και τεχνικές Έρευνας
* Σχεδιασμός ερωτηματολογίου και Προέλεγχος
* Διαδικτυακές ποσοτικές έρευνες
* Τύποι ερωτήσεων
* Διαδικασία δειγματοληψίας
* Έλεγχος υποθέσεων
* Εισαγωγή στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS: Καταχώρηση δεδομένων
* Περιγραφική στατιστική
* Έλεγχος ανεξαρτησίας
* Ανάλυση συσχέτισης
* T-test
* Ανάλυση διακύμανσης
 |
| --- |

1. **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

| **ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ** | Στην τάξη |
| --- | --- |
| **ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ** | Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-classΧρήση του Προγράμματος SPSS (Social Package for Social Sciences) |
| **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ** |

| **Δραστηριότητα** | **Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου** |
| --- | --- |
| Διαλέξεις | 26 |
| Προετοιμασία για παρακολούθηση μαθήματος | 19 |
| Εργαστηριακές Ασκήσεις με τη χρήση του προγράμματος SPSS | 26 |
| Προετοιμασία και συγγραφή ατομικών ή ομαδικών ασκήσεων/εργασιών | 24 |
| Προετοιμασία για Εξετάσεις | 30 |
| **Σύνολο Μαθήματος** | **125** |

 |
| **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ**  | Η αξιολόγηση του μαθήματος περιλαμβάνει:Ι. Συμμετοχή στις διαλέξεις και εργαστηριακές ασκήσειςΙΙ. Εκπόνηση ομαδικών ή ατομικών ασκήσεων – εργασιώνΙΙΙ. Τελική εξέταση (γραπτή ή προφορική) |

1. **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

| -Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:* Σιώμκος, Γ. και Μαύρος, Δ. (2018), Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ, Broken Hill Publishers Ltd, Λευκωσια.
* Σταθακόπουλος, Β. (2017), Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, UNIBOOKS ΙΚΕ.
* Συμεωνάκη, Μ. (2015), Στατιστική για Όλους με το SPSS, Εκδόσεις «Σοφία» Ανώνυμη Εκδοτική & Εμπορική Εταιρεία.
* Χαλικιάς, Μ. (2016), Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS Statistics, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα & Βοηθήματα.
* Φωλίνας, Δ. & Διαμαντόπουλος, Ε. (2017), Μεθοδολογία Έρευνας και Στατιστική: Ανάλυση με τη Χρήση Υπολογιστή, Ε & Δ Ανικούλα – Ι. Αλεξίκος ΟΕ.
* Βασιλειάδης, Γ., Καλογηράτου, Ζ., Μονοβασίλης, Θ. (2017), Εισαγωγή στη Στατιστική με Εφαρμογές SPSS κ EXCEL, Φωτογιουνικα Μονοπρόσωπη ΕΠΕ.
* Norris, G., Quresti, F., Howitt, D., and Cramer, D. (2017), Εισαγωγή στη Στατιστική με το SPSS για τις Κοινωνικές Επιστήμες, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕ.
* Ζαφειροπουλος, Κ. και Μυλωνάς, Ν. (2017), Στατιστική με SPSS, ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α. ΤΖΙΟΛΑ & ΥΙΟΙ Α.Ε.
* Berger, A. A. (2018). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.
* Burns, A., Veeck, A., Bush, R. (2017), Marketing Research (8th edition), Pearson Edition.
* Malhotra, N. (2009), *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Edition), Pearson Education.
* Janssens, W., de Pelshmacker, P., van Kenhove, P., & Wijnen, K. (2008), *Marketing Research with SPSS*, Pearson Education.
* Brace, I. (2018). Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research. Kogan Page Publishers.
* Gawiser, S. and Witt, E. (2010), Twenty Questions a Journalist Should Ask About Poll Results, in Babbie, E. (Eds.), *The Practice of Social Research* (7th Edition), pp. 129-134.
* Sue, V. M., & Ritter, L. A. (2012). Conducting online surveys. Sage.
* Rubin, R. B., Rubin, A. M., Graham, E., Perse, E. M., & Seibold, D. (2010). Communication research measures II: A sourcebook. Routledge.
* Nardi, P. M. (2018). Doing survey research: A guide to quantitative methods. Routledge.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά και άρθρα:* Kalimeri, K., Beiró, M. G., Bonanomi, A., Rosina, A., & Cattuto, C. (2020). Traditional versus Facebook-based surveys. Demographic Research, 42, 133-148.
* Guess, A., Munger, K., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). How accurate are survey responses on social media and politics?. Political Communication, 36(2), 241-258.
* Moy, P., & Murphy, J. (2016). Problems and prospects in survey research. Journalism & Mass Communication Quarterly, 93(1), 16-37.
* Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys: a look back and a look ahead. Internet Research, 28(4), 854-887.
* Schlosser, S., & Mays, A. (2018). Mobile and dirty: Does using mobile devices affect the data quality and the response process of online surveys?. Social Science Computer Review, 36(2), 212-230.
* Tourangeau, R., Sun, H., Yan, T., Maitland, A., Rivero, G., & Williams, D. (2018). Web surveys by smartphones and tablets: Effects on data quality. Social Science Computer Review, 36(5), 542-556.
* Sommer, J., Diedenhofen, B., & Musch, J. (2017). Not to be considered harmful: Mobile-device users do not spoil data quality in web surveys. Social Science Computer Review, 35(3), 378-387.
* Shirani-Mehr, H., Rothschild, D., Goel, S., & Gelman, A. (2018). Disentangling bias and variance in election polls. Journal of the American Statistical Association, 113(522), 607-614.
* Kenett, R. S., Pfeffermann, D., & Steinberg, D. M. (2018). Election Polls—A Survey, A Critique, and Proposals. *Annual Review of Statistics and Its Application*, *5*, 1-24.
* Giuliani, M. (2019). Making sense of pollsters’ errors. An analysis of the 2014 second-order European election predictions. Journal of Elections, Public Opinion and Parties, 29(2), 162-178.
* Ha, L., Hu, X., Fang, L., Henize, S., Park, S., Stana, A., & Zhang, X. (2015). Use of survey research in top mass communication journals 2001–2010 and the total survey error paradigm. Review of Communication, 15(1), 39-59.
* Pasek, J. (2015). Predicting elections: Considering tools to pool the polls. Public Opinion Quarterly, 79(2), 594-619.
* Keeter, S., Hatley, N., Kennedy, C., & Lau, A. (2017). What low response rates mean for telephone surveys. Pew Research Center, 15, 1-39.
 |
| --- |