

Η Επίδραση του Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ στην Ανάπτυξη Εκπαιδευτικών Υπηρεσιών στην Περιφέρεια: Η Περίπτωση της Πελοποννήσου

Αγαπητέ/ή συμμετέχοντα/συμμετέχουσα,

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο της πτυχιακής μου εργασίας, η οποία εκπονείται στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών «Οικονομική της Εκπαίδευσης και Διαχείριση Εκπαιδευτικών Μονάδων» του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Σκοπός της μελέτης είναι να διερευνήσει την **επίδραση του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στην ανάπτυξη και την εικόνα των εκπαιδευτικών υπηρεσιών σε περιφερειακές περιοχές, με έμφαση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου**. Η έρευνα εστιάζει στις στάσεις, τις αντιλήψεις και τις εμπειρίες των πολιτών ή δυνητικών εκπαιδευομένων σχετικά με την ψηφιακή προβολή εκπαιδευτικών οργανισμών και την επιρροή της στις αποφάσεις συμμετοχής ή εγγραφής.

Το ερωτηματολόγιο είναι **ανώνυμο**, και τα δεδομένα που θα συλλεχθούν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας ερευνητικής εργασίας. Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Σε κάθε ερώτηση επιλέγετε την απάντηση που αντιπροσωπεύει καλύτερα την προσωπική σας άποψη ή εμπειρία. Ορισμένες ερωτήσεις επιτρέπουν περισσότερες από μία επιλογές.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου διαρκεί περίπου **10 λεπτά**, και η συμμετοχή σας είναι **απολύτως εθελοντική**.

Σας ευχαριστώ θερμά για τον χρόνο και τη συμβολή σας στην έρευνα.



prytaneia2020@gmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)



Δεν κοινοποιήθηκε

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

A1. Φύλο *



Άρρεν



Θήλυ



Άλλο

A2. Ηλικία *



<18



18-24



25-34



35-44



45-54



55-64



≥65



A3. Επίπεδο εκπαίδευσης *

- ☐ Βασικό
- ☐ ΙΕΚ
- ☐ ΑΤΕΙ
- ☐ ΑΕΙ
- ☐ Μεταπτυχιακό
- ☐ Διδακτορικό

A4. Οικογενειακή κατάσταση *

- ☐ Άγαμος/η
- ☐ Έγγαμος/η
- ☐ Άλλο

A5. Νομός Διαμονής *

- ☐ Αρκαδία
- ☐ Αργολίδα
- ☐ Κορινθία
- ☐ Λακωνία
- ☐ Ηλεία
- ☐ Αχαΐα
- ☐ Μεσσηνία
- ☐ Άλλος νομός εκτός Πελοποννήσου



A6. Τρέχουσα επαγγελματική κατάσταση ή ιδιότητα *

- ☐ Μαθητής/Φοιτητής
- ☐ Γονέας μαθητή/φοιτητή
- ☐ Εκπαιδευτικός (π.χ. δάσκαλος, καθηγητής, επιμορφωτής)
- ☐ Διοικητικό προσωπικό σε εκπαιδευτικό οργανισμό
- ☐ Ελεύθερος επαγγελματίας
- ☐ Ιδιωτικός υπάλληλος
- ☐ Δημόσιος υπάλληλος
- ☐ Άνεργος/η
- ☐ Συνταξιούχος
- ☐ Άλλο

A7. Είδος σχέσης με τον εκπαιδευτικό οργανισμό *

- ☐ Εν ενεργεία εκπαιδευόμενος/φοιτητής
- ☐ Γονέας/κηδεμόνας εκπαιδευόμενου
- ☐ Πρώην εκπαιδευόμενος
- ☐ Διοικητικό στέλεχος εκπαιδευτικού οργανισμού
- ☐ Εκπαιδευτής/Καθηγητής
- ☐ Επαγγελματίας στον χώρο του εκπαιδευτικού marketing
- ☐ Άλλο

B. ΈΚΘΕΣΗ, ΣΥΜΜΕΤΟΧΉ & ΕΜΠΛΟΚΉ ΜΕ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ MARKETING

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

1. Πολύ Λίγο 2. Λίγο 3. Μέτρια 4. Πολύ 5. Πάρα Πολύ



B1. Έχετε εκτεθεί τους τελευταίους 12 μήνες σε ψηφιακή διαφήμιση για εκπαιδευτικές υπηρεσίες (π.χ. φροντιστήρια, ΙΕΚ, σχολές, ΚΔΒΜ);

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Ίσως
- ☐ ΔΕ/ΔΑ (ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ)

B2. Μέσω ποιων ψηφιακών καναλιών έχετε δει τέτοιες διαφημίσεις; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

*

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Google Ads (αναζητήσεις, banners)
- ☐ YouTube
- ☐ Email
- ☐ TikTok
- ☐ LinkedIn
- ☐ Ιστοσελίδα εκπαιδευτικού φορέα
- ☐ Άλλο

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

1.Πολύ Λίγο 2.Λίγο 3.Μέτρια 4.Πολύ 5.Πάρα Πολύ



B3. Πόσο συχνά βλέπετε διαφημίσεις για εκπαιδευτικές υπηρεσίες στο διαδίκτυο;

*

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

B4. Έχετε πατήσει ποτέ σε διαφήμιση που σας οδήγησε σε εκπαιδευτικό ιστότοπο ή φόρμα εγγραφής;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ ΔΞ/ΔΑ (ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΤΤΑΝΤΩ)

B5. Έχετε πραγματοποιήσει αίτηση ή δήλωση ενδιαφέροντος για πρόγραμμα/ σεμινάριο λόγω ψηφιακής διαφήμισης;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ ΔΞ/ΔΑ (ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΤΤΑΝΤΩ)



B6. Ποια από τα παρακάτω είδη ψηφιακού περιεχομένου σας ελκύουν περισσότερο όταν σχετίζονται με εκπαιδευτικές υπηρεσίες; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα) *

- ☐ Επαγγελματικά βίντεο παρουσίασης
- ☐ Ζωντανές μεταδόσεις / webinars
- ☐ Μαρτυρίες μαθητών ή αποφοίτων
- ☐ Άρθρα / blog για εκπαιδευτικά θέματα
- ☐ Ενημερωτικά γραφήματα (infographics)
- ☐ Εκπτωτικές καμπάνιες / προσφορές
- ☐ Σύγκριση προγραμμάτων και παροχών
- ☐ Άλλο

B7. Ποιον τρόπο ψηφιακής επικοινωνίας θα προτιμούσατε από έναν εκπαιδευτικό οργανισμό; *

- ☐ Email
- ☐ Προσωπικό μήνυμα (Messenger, WhatsApp)
- ☐ Τηλεφωνική επικοινωνία μετά από online ενδιαφέρον
- ☐ Live συνομιλία μέσω ιστοσελίδας
- ☐ Social media σχόλια ή inbox
- ☐ Δεν θα επιθυμούσα επικοινωνία



B8. Ποια χαρακτηριστικά πρέπει να έχει μια ψηφιακή παρουσία για να την θεωρείτε αξιόπιστη; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα) *

- ☐ Σύγχρονος σχεδιασμός ιστοσελίδας
- ☐ Συχνή ενημέρωση περιεχομένου
- ☐ Διαφάνεια σε τιμές και υπηρεσίες
- ☐ Ύπαρξη μαρτυριών ή στατιστικών επιτυχίας
- ☐ Επαγγελματικός λογαριασμός σε social media
- ☐ Εμφάνιση διεύθυνσης, αδειών και προσωπικού
- ☐ Άλλο

C. ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

1. Πολύ Λίγο 2. Λίγο 3. Μέτρια 4. Πολύ 5. Πάρα Πολύ

C1. Οι ψηφιακές καμπάνιες εκπαιδευτικών οργανισμών προβάλλουν με σαφήνεια τα πλεονεκτήματα των προσφερόμενων προγραμμάτων; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C2. Η ψηφιακή παρουσία (ιστοσελίδα, social media) ενισχύει την αξιοπιστία ενός εκπαιδευτικού οργανισμού; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ



C3. Ο επαγγελματισμός στην online προβολή αποτελεί ένδειξη ποιότητας της εκπαιδευτικής υπηρεσίας; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C4. Προτιμώ να ενημερώνομαι για εκπαιδευτικά προγράμματα μέσω ψηφιακών καναλιών παρά με παραδοσιακά μέσα; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C5. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα social media επηρεάζει την απόφασή μου για συμμετοχή ή εγγραφή; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C6. Η ύπαρξη θετικών ψηφιακών κριτικών (π.χ. Google, Facebook) ενισχύει την πρόθεσή μου για συνεργασία με έναν εκπαιδευτικό οργανισμό; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ



C7. Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ συμβάλλει στην ισότιμη πρόσβαση στην πληροφόρηση για εκπαιδευτικές ευκαιρίες;

*

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C8. Οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί με διαρκή ψηφιακή δραστηριότητα θεωρώ ότι προσαρμόζονται καλύτερα στις σύγχρονες ανάγκες;

*

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C9 Οι ψηφιακές καμπάνιες δημιουργούν συχνά προσδοκίες που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα;

*

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C10. Το μάρκετινγκ σε πλατφόρμες όπως TikTok ή Instagram μειώνει τη σοβαρότητα της εικόνας ενός εκπαιδευτικού οργανισμού;

*

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ



C11. Θα εμπιστευόμουν έναν οργανισμό περισσότερο αν μπορούσα να έχω μια ψηφιακή εμπειρία προεπισκόπησης(π.χ. demo μαθημάτων, virtual tour, live ενημέρωση); *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

C12. Θεωρώ ότι η παρουσία ή απουσία ψηφιακού μάρκετινγκ επηρεάζει άμεσα την τελική επιλογή μου για εκπαιδευτικό φορέα; *

	1	2	3	4	5	
Πολύ λίγο	☐	☐	☐	☐	☐	Πάρα πολύ

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

**1.Διαφωνώ απόλυτα 2.Διαφωνώ 3. Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
4.Συμφωνώ 5.Συμφωνώ απόλυτα**

C13. Επηρεάζει το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ την εικόνα των εκπαιδευτικών υπηρεσιών σε περιφερειακές περιοχές; *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	☐	☐	☐	☐	☐	Συμφωνώ απόλυτα

C14. Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ βοηθά ενεργά την ανάπτυξη εκπαιδευτικών υπηρεσιών σε απομακρυσμένες ή αγροτικές περιοχές; *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	☐	☐	☐	☐	☐	Συμφωνώ απόλυτα

D. ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

1. Πολύ Λίγο 2. Λίγο 3. Μέτρια 4. Πολύ 5. Πάρα Πολύ

D1. Έχετε εγγραφεί ή εκδηλώσει ενδιαφέρον για κάποιο πρόγραμμα εκπαιδευτικού οργανισμού ως άμεσο αποτέλεσμα ψηφιακής του καμπάνιας; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ ΔΞ/ΔΑ (ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ)

D2. Ποια ψηφιακή πλατφόρμα επηρέασε περισσότερο την απόφασή σας να εξετάσετε ή να επιλέξετε έναν οργανισμό; *

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Google
- ☐ TikTok
- ☐ YouTube
- ☐ Ιστότοπος
- ☐ Email
- ☐ Άλλο



D3. Ποιο από τα παρακάτω στοιχεία της ψηφιακής παρουσίας επηρέασε περισσότερο την απόφασή σας;

*

- ☐ Εμφάνιση και χρηστικότητα ιστοσελίδας
- ☐ Ποιότητα περιεχομένου στα social media
- ☐ Σαφήνεια πληροφοριών για τα προγράμματα
- ☐ Ύπαρξη εκπτωτικών προσφορών
- ☐ Άμεση ανταπόκριση σε ψηφιακά αιτήματα
- ☐ Online αξιολογήσεις και κριτικές
- ☐ Μαρτυρίες/απόψεις προηγούμενων μαθητών
- ☐ Άλλο

D4. Αν είχατε να επιλέξετε μεταξύ δύο οργανισμών με παρόμοιο κόστος και παροχές, ποιος παράγοντας θα έκρινε την απόφασή σας; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

*

- ☐ Η διαδικτυακή του παρουσία και αξιοπιστία
- ☐ Η τοποθεσία / εγγύτητα
- ☐ Η προφορική σύσταση τρίτων
- ☐ Η πρώτη επαφή με το προσωπικό
- ☐ Το ιστορικό/φήμη του οργανισμού εκτός διαδικτύου
- ☐ Άλλο



D5. Ποιες θεωρείτε τις σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί στην ψηφιακή τους προβολή; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα) *

- ☐ Έλλειψη εξειδικευμένης γνώσης / προσωπικού για ψηφιακό μάρκετινγκ
- ☐ Περιορισμένος προϋπολογισμός για διαφημιστικές ενέργειες
- ☐ Χαμηλό επίπεδο ψηφιακού αλφαριθμητισμού στο κοινό-στόχο
- ☐ Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού και στόχων μάρκετινγκ
- ☐ Ανεπαρκής ή παρωχημένος ιστότοπος
- ☐ Μη αξιοποίηση των social media με συνέπεια και επαγγελματισμό
- ☐ Έλλειψη εμπιστοσύνης του κοινού σε ψηφιακά μηνύματα (π.χ. διαφημίσεις, email)
- ☐ Δυσκολία στη μέτρηση της απόδοσης (ROI) των ψηφιακών кампаний
- ☐ Άλλο

Ε. ΠΡΟΘΕΣΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΣΥΣΤΑΣΗ & ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ

Στις απαντήσεις γραμμικής κλίμακας αντιστοιχεί:

1.Καθόλου Πιθανό 2.Λίγο Πιθανό 3.Μπορεί Ναι Μπορεί Όχι 4.Πολύ Πιθανό
5.Εξαιρετικά Πιθανό

E1. Πόσο πιθανό είναι να συστήνατε έναν εκπαιδευτικό οργανισμό που γνωρίσατε αποκλειστικά μέσω της ψηφιακής του προβολής; *

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Πιθανό	☐	☐	☐	☐	☐	Εξαιρετικά Πιθανό



E2. Πιστεύετε ότι η ψηφιακή παρουσία αποτελεί πλέον αναγκαίο στοιχείο επιβίωσης για τους εκπαιδευτικούς οργανισμούς στην περιφέρεια;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ ΔΞ/ΔΑ (ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΤΤΑΝΤΩ)

E3. Πώς θα χαρακτηρίζατε έναν οργανισμό που δεν έχει καμία ψηφιακή παρουσία;

*

- ☐ Αναχρονιστικό ή μη σύγχρονο
- ☐ Δυνητικά αναξιόπιστο
- ☐ Ουδέτερη εντύπωση
- ☐ Δεν επηρεάζει την κρίση μου
- ☐ Δεν με απασχολεί
- ☐ Άλλο



E4. Ποιες πληροφορίες θεωρείτε απαραίτητο να περιλαμβάνει η ψηφιακή παρουσία ενός εκπαιδευτικού οργανισμού; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα) *

- ☐ Πρόγραμμα μαθημάτων και περιεχόμενο
- ☐ Προσωπικό και προσόντα
- ☐ Τιμοκατάλογος και οικονομικές παροχές
- ☐ Φωτογραφίες/βίντεο από εγκαταστάσεις
- ☐ Επιτυχίες/αποτελέσματα
- ☐ Κριτικές/μαρτυρίες
- ☐ Συχνές ερωτήσεις και τρόποι επικοινωνίας
- ☐ Άλλο

E5. Ποια είναι η γνώμη σας για τη χρήση ψηφιακών μέσων όπως TikTok, Instagram, YouTube από εκπαιδευτικούς οργανισμούς; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα) *

- ☐ Είναι αποτελεσματικά, ειδικά για νεανικό κοινό
- ☐ Βοηθούν μόνο αν χρησιμοποιούνται επαγγελματικά
- ☐ Δεν ταιριάζουν στο ύφος της εκπαίδευσης
- ☐ Δεν γνωρίζω / Δεν με απασχολεί
- ☐ Άλλο



Ε6. Ποια από τις παρακάτω ενέργειες θεωρείτε πιο σημαντική για τη βελτίωση της στρατηγικής ηλεκτρονικού μάρκετινγκ ενός εκπαιδευτικού οργανισμού; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

*

- ☐ Ανασχεδιασμός της ιστοσελίδας με φιλική εμπειρία χρήστη
- ☐ Συστηματική παρουσία στα social media με επαγγελματικό περιεχόμενο
- ☐ Δημιουργία και χρήση video (π.χ. μαρτυρίες, παρουσίαση χώρων, μαθημάτων)
- ☐ Χρήση email marketing (newsletters, προσφορές, ενημερώσεις)
- ☐ Στοχευμένες διαφημίσεις σε Google/Facebook/Instagram
- ☐ Συχνή ενημέρωση για νέες δράσεις, προγράμματα και επιτυχίες
- ☐ Δημιουργία blog ή άρθρων με χρήσιμο εκπαιδευτικό περιεχόμενο
- ☐ Άλλο

Ε7. Ποια χαρακτηριστικά μιας ψηφιακής καμπάνιας σας εμπνέουν εμπιστοσύνη προς έναν εκπαιδευτικό οργανισμό; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

*

- ☐ Επαγγελματικός σχεδιασμός και αισθητική
- ☐ Διαφάνεια σε πληροφορίες: τιμές, προγράμματα,
- ☐ Παρουσία βίντεο από μαθήματα, μαθητές ή αποφοίτους
- ☐ Πραγματικές μαρτυρίες και αξιολογήσεις
- ☐ Εύκολη πλοήγηση και ταχύτητα φόρτωσης σε ιστοσελίδα
- ☐ Αμεσότητα στην επικοινωνία (π.χ. messenger, chat, απάντηση σε email)
- ☐ Ενημέρωση για ποσοστά επιτυχίας / αποφοίτων
- ☐ Ενεργή και σταθερή παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα
- ☐ Άλλο

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ



Υποβολή

Εκκαθάριση φόρμας

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. - [Κάτοχος φόρμας](#)
[επικοινωνίας](#) - [Όροι Παροχής Υπηρεσιών](#) - [Πολιτική απορρήτου](#)

Αυτή η φόρμα φαίνεται ύποπτη; [Αναφορά](#)

Google Φόρμες



