

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ I	
Εφαρμογές κλασικών μεθόδων ανάλυσης δεδομένων	
Ανάλυση ενός πίνακα συμπτώσεων	11
Προσδιορισμός του πλήθους των παραγόντων που είναι σημαντικοί για την ερμηνεία ενός πίνακα δεδομένων	17
Επιλογή τοποθεσίας για δημιουργία έκθεσης επίπλων	21
Ανάλυση τεχνικών χαρακτηριστικών 15 πολυτελών αυτοκινήτων	23
Προσδιορισμός του ρυθμού κατανάλωσης CD ROM παιχνιδιών	27
Ταξινόμηση των τίτλων CD ROM ως προς την ζήτηση που παρουσιάζουν	31
Ταξινόμηση βάσει του συντελεστή συσχέτισης	39
Ένταξη ανώνυμων ερωτώμενων σε γνωστές ομάδες με την μέθοδο της Διακριτικής Ανάλυσης	43
Τμηματοποίηση της αγοράς	49
Τακτοποίηση νέων ερωτώμενων σε προκαθορισμένες ομάδες	55
Τοποθέτηση υπαλλήλων βάσει της αποτελεσματικότητάς τους	59
Διακριτική ικανότητα τεσσάρων παραγόντων που διαμορφώνουν την ποιότητα ενός κρασιού	63
Ανάδυση συναισθημάτων. Η μέθοδος της Σημειομετρίας	67
Ασύμμετρη ταξινόμηση. Η μέθοδος της Συνεπαγωγικής Στατιστικής	73
Επεξεργασία τριδιάστατων πινάκων IxJxT. Η περίπτωση των εμπορικών συναλλαγών της Ελλάδος με τα κράτη οκτώ γεωγραφικών περιοχών του πλανήτη την περίοδο 2002-2004	75
Ανάλυση μιας ακολουθίας k συνεχόμενων πινάκων συμπτώσεων	83
ΕΝΟΤΗΤΑ II	
Νέα εργαλεία στη διερεύνηση πολυδιάστατων δεδομένων	
Μεθοδολογία της διερεύνησης δεδομένων με βάση την παραγοντική ανάλυση πολυδιάστατων δεδομένων	89
Η μέθοδος KARAP ως εργαλείο εξόρυξης δεδομένων	99
Αξιολόγηση της Ανιούσας Ιεραρχικής Ταξινόμησης. Μέθοδος BENKAR	117
Η εφαρμογή της μεθόδου KARAP ως εργαλείο σχεδιασμού διαφημιστικής εκστρατείας ενός τουριστικού προορισμού	125
Χαρτογράφηση της ψυχολογίας των νέων χρηστών του internet. VACOR vs KARAP	135
Βελτίωση της ερμηνευτικής ικανότητας ενός λογικού πίνακα 0-1 με την χρήση της μεθόδου KARAP	149
Εντοπισμός ακραίων απαντήσεων ενός ερωτηματολογίου	151
Δημιουργία διαφημιστικού μηνύματος με την μέθοδο KARAP	163

ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΙΙ	
Κωδικοποίηση δεδομένων βάσει ενός λογικού πίνακα 0-1	
Ανάλυση ενός λογικού πίνακα 0-1	171
Κωδικοποίηση και ανάλυση μιας λογικής διαδικασίας	177
Μια τεχνική βελτίωσης της πληροφορίας που παρέχει ένας πίνακας BURT	181
Ειδική επεξεργασία ερωτηματολογίου με ερωτήματα πολλαπλής απάντησης	187
Οι απόψεις των σπουδαστών του Αλεξάνδρειου Τ.Ε.Ι Θεσσαλονίκης του τμήματος εμπορίας και διαφήμισης (Μάρκετινγκ), όσον αφορά στα ναρκωτικά κατά την χρονική περίοδο Απριλίου- Μαΐου 1998.	191
ΕΝΟΤΗΤΑ ΙV	
Μέθοδοι έρευνας κοινής γνώμης	
Μέθοδοι έρευνας κοινής γνώμης και αγοράς με πολυδιάστατες μεθόδους	201
Η στάση των καταναλωτριών στην εμφάνιση ενός νέου απορρυπαντικού πιάτων	203
Μία νέα προσέγγιση επεξεργασίας ερωτηματολογίων έρευνας αγοράς με βάση τις αρχές της σημειομετρίας	207
Προσδιορισμός καταναλωτικών προτιμήσεων με τη χρήση της Ιεραρχικής Ανάλυσης	219
Ιεράρχηση της προτίμησης έξι Ελληνικών νησιών ως τουριστικός προσδιορισμός	227
Οι απόψεις των σπουδαστών του Αλεξάνδρειου Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ), όσον αφορά στα ναρκωτικά κατά την χρονική περίοδο Απριλίου- Μαΐου 1998.	229
ΕΝΟΤΗΤΑ V	
Κλασικές μέθοδοι αξιολόγησης	
Αξιολόγηση των προτιμήσεων των Κυπρίων για την επιλογή του τόπου των διακοπών τους	239
Αξιολόγηση τριών κριτηρίων για την αγορά ενός προϊόντος	243
Συγκριτική μελέτη του βαθμού ικανοποίησης των χρηστών από τις υπηρεσίες που προσφέρονται κατά τις εφημερίες και τις προγραμματισμένες επισκέψεις στα εξωτερικά ιατρεία ενός Νοσοκομείου	245
Συγκριτική αξιολόγηση k ομάδων βάσει p κριτηρίων με την χρήση ενός πίνακα αποστάσεων	249
Η αξιολόγηση του μαθήματος της Ανάλυσης Δεδομένων από τους φοιτητές του Ε! εξαμήνου κατά το εαρινό εξάμηνο του ακαδημαϊκού έτους 2004-05	257
Αξιολόγηση των υπηρεσιών που προσφέρει το ΑΤ.Ε.Ι.Θ στους φοιτητές	271

ΕΝΟΤΗΤΑ VI	
Πολιτικό Μάρκετινγκ και Ανάλυση Δεδομένων	
Προβλήματα με τα οποία δεν ασχολούνται επαρκώς τα τρία μεγάλα κόμματα της Βουλής των Ελλήνων σύμφωνα με τις απόψεις των ψηφοφόρων τους	285
Σύγκριση πολιτικών κειμένων των κομμάτων του ΠΑΣΟΚ της Ν.Δ και του ΚΚΕ πριν τις εκλογές του 2004	295
Η ιδεολογική πλατφόρμα επικοινωνίας της ΝΔ, του ΠΑΣΟΚ και του ΚΚΕ με τους ψηφοφόρους	297
Αξιολόγηση της δημοφιλίας ενός ηγέτη κόμματος από τους ψηφοφόρους του	303
ΕΝΟΤΗΤΑ VII	
Ανάλυση χρηματοοικονομικών δεδομένων	
Πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς (τάσης) μιας χρονοσειράς	311
Η διαχρονική εξέλιξη του δείκτη των λιανικών πωλήσεων κατά την χρονική περίοδο 1998-2002	315
Συνθετική προσέγγιση: Μία νέα μεθοδολογία προσδιορισμού της Χρηματιστηριακής Αγοράς ως θερμοδυναμικό σύστημα για την κατάρτιση του Φερέγγου Χαρτοφυλακίου με μεθόδους Ανάλυσης Δεδομένων	319
Προσδιορισμός του Φερέγγου χαρτοφυλακίου	351
Αξιολόγηση Αμοιβαίων Κεφαλαίων. Η μέθοδος του Επιμερισμού του κινδύνου	357
ΕΝΟΤΗΤΑ VIII	
ΤΟ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ MAD	
Ένα εργαλείο κατάλληλο για την επεξεργασία πολυδιάστατων δεδομένων	387
ΕΝΟΤΗΤΑ IX	
Ανάλυση Δεδομένων και νέες τεχνολογίες	
<p>Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν εργασίες (σε μορφή pdf) του Δρος Δημητρίου Καραπιστόλη σε συνεργασία με άλλους ερευνητές στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα, οι οποίες παρουσιάστηκαν σε διάφορα συνέδρια και δημοσιεύθηκαν σε Ελληνικά και ξένα περιοδικά διεθνούς κύρους. Οι εργασίες αυτές παρουσιάζουν τις ξεχωριστές δυνατότητες συνεργασίας των μεθόδων της Ανάλυσης Δεδομένων χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες της επιστήμης της πληροφορικής και όχι μόνο.</p>	
Factor Data Analysis and Econophysics: application in market segmentation. Dimitrios Karapistolis and George Stalidis. <i>International Conference on Econophysics Kavala 2-3 June 2011</i> Journal of Engineering Science and Technology Review 4 (3) (2011) 256 – 260 Special Issue on Econophysics	401

« Multidimensional Data Analysis and Knowledge Management Technologies for Tourist Decision Support », Stalidis G. and Karapistolis D. Proc of 3rd Intl Conf Quantitative and Qualitative Methodologies in the Economic and Administrative Sciences (QMEAS) Athens, 23-24 May, 2013, pp 373-379 ISBN: 978-960-98739-4-9	409
Σύγκριση Τεχνικών Μηχανικής Μάθησης βάσει των αποτελεσμάτων της Ανιούσας Ιεραρχικής Ταξινόμησης. Δρ. Ειρήνη Δημ. Καραπιστόλη. Τετράδια Ανάλυσης Δεδομένων, 17, σελ.14-28.	419
« Knowledge discovery and computerized reasoning to assist tourist destination marketing » Stalidis G. and Karapistolis D. International Journal on Strategic Innovative Marketing , Vol.01,pp103-119DOI:10.1556/IJSIM.01.02.004	
« Marketing decision support using Artificial Intelligence and Knowledge Modelling: application to tourist destination management ». Stalidis G., Karapistolis D. and Vafeiadis A. 3rd Intl Conference on Strategic Innovative Marketing, Madrid 1-4 September 2014.Procedia - Social and Behavioral Sciences (2015) pp.106-113 DOI:10.1016/J.SBSPRO.2015.01.1180	
« Tourist Destination Marketing Supported by Electronic Capitalization of Knowledge » Stalidis G. and Karapistolis D. Procedia - Social and Behavioral Sciences 148 (2014) 110 – 118	
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	