

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΟ2007	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΕΑΡΙΝΟ
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3	5	
Φροντιστήριο			
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.

Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιάσει τα βασικά χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του τουριστικού μάρκετινγκ. Παρουσιάζονται οι σύγχρονες προσεγγίσεις γύρω από το μάρκετινγκ τόσο των τουριστικών επιχειρήσεων όσο και των τουριστικών προορισμών.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:

- ✓ Εξηγήσει το περιεχόμενο του μάρκετινγκ υπηρεσιών του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών.
- ✓ Εξηγήσει τις αρχές της έρευνας τουριστικής αγοράς.

Γενικές Ικανότητες

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα;

<p>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</p> <p>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</p> <p>Λήψη αποφάσεων</p> <p>Αυτόνομη εργασία</p> <p>Ομαδική εργασία</p> <p>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</p> <p>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</p> <p>Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</p>	<p>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</p> <p>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</p> <p>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</p> <p>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</p> <p>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</p> <p>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p> <p>.....</p> <p>Άλλες...</p> <p>.....</p>
---	---

Ο φοιτητής με την ολοκλήρωση του μαθήματος θα μπορεί να:

- ✓ Περιγράψει την στρατηγική τμηματοποίησης και στόχευσης της τουριστικής αγοράς, καθώς και τοποθέτησης των τουριστικών προϊόντων σε διαφορετικές αγορές-στόχους.
- ✓ Αναλύσει την διαδικασία κατάστρωσης σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ.
- ✓ Περιγράψει την έννοια του μίγματος τουριστικού μάρκετινγκ και αναλύσει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Τα περιεχόμενα του μαθήματος περιλαμβάνουν τις βασικές ενότητες του μάρκετινγκ των υπηρεσιών του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών. Πιο αναλυτικά:

- ✓ Συμπεριφορά του πελάτη
- ✓ Έρευνα τουριστικής αγοράς
- ✓ Τμηματοποίηση και στόχευση τουριστικής αγοράς
- ✓ Τοποθέτηση τουριστικού προϊόντος και στόχοι μάρκετινγκ
- ✓ Σχέδιο μάρκετινγκ τουριστικού προϊόντος
- ✓ Μίγμα μάρκετινγκ τουριστικού προϊόντος
- ✓ Ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών
- ✓ Ανάπτυξη τουριστικού προϊόντος
- ✓ Διανομή τουριστικών προϊόντων
- ✓ Μίγμα προβολής και επικοινωνίας τουριστικού προϊόντος
- ✓ Τιμολόγηση τουριστικού προϊόντος
- ✓ Έλεγχος και αξιολόγηση του σχεδίου μάρκετινγκ τουριστικού προϊόντος.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</p> <p>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	Πρόσωπο με πρόσωπο	
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</p> <p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	Παρουσιάσεις σε power point, ανάρτηση εκπαιδευτικού υλικού στο e-class, προβολή video για ανάπτυξη διαλόγου και συζήτησης	
<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</p> <p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</p> <p>Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση</p>	<p>Δραστηριότητα</p>	<p>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</p>
	Διαλέξεις	39
	Φροντιστήριο	

<p>βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</p>	<p>Ασκήσεις Εξάσκησης που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών και ανάλυση μελετών περίπτωσης</p>	30
	<p>Αυτοτελής Μελέτη</p>	56
	<p>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</p>	125
	<p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμών, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

A) Εγχειρίδια του μαθήματος:

- ✓ Kerin, R., & Peterson, R., (2011), Στρατηγικές Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Τζιόλα & Υιοί ΑΕ.
- ✓ Middleton V. & Hawkins R. (2004), Τουριστικό Μάρκετινγκ για Βιώσιμη Ανάπτυξη, Εκδόσεις Κριτική.

B) Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:

- ✓ Βασιλειάδης, Χ. Α. (2009), Η διοικητική και το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών: μια βιώσιμη στρατηγική προσέγγιση των δραστηριοτήτων marketing-management. Αθήνα: Σταμούλης.
- ✓ Ηγουμενάκης Ι. (1999), Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks.
- ✓ Πρωτοπαπαδάκης, Ι.Ν. (2003), Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Σταμούλης.
- ✓ Briggs, S. (1997), Successful tourism marketing, London: Kogan Page.
- ✓ Holloway J. C., Robinson, C. (2003), Τουριστικό Μάρκετινγκ, 3η έκδ.. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- ✓ Kotler P., Bowen J.R. & Makens J.C. (2003), Marketing for Hospitality and Tourism, 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- ✓ Laws, E. (2002), *Tourism marketing: quality and service management perspectives*, London: Continuum.
- ✓ Middleton V.T..C. & Clarke J.R. (2000), *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- ✓ Morgan, M. (1996), *Marketing for leisure and tourism*, London: Prentice Hall.
- ✓ Seaton, A. V., Bennett, M.M. (1996), *The marketing of tourism products: concepts, issues and cases*, London: ITP.
- ✓ Shoemaker, S., Lewis, R, & Yesawich, P. (2007), *Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage*, 4th ed., Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.