

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ/ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	1605-230404	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Δ
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Τουριστικό Μάρκετινγκ		
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	
<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>	ΚΟΡΜΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΚΑΝΕΝΑ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=261		

1. 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

Το μάθημα σκοπεύει στο να βοηθήσει τον φοιτητή να κατανοήσει τις αρχές, την φιλοσοφία και τις εφαρμογές που χαρακτηρίζουν το Μάρκετινγκ σε όλους τους κλάδους του τουρισμού, τόσο σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων όσο και σε επίπεδο τουριστικών προορισμών. Πιο συγκεκριμένα, μετά την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:

- Εξηγήσει το εννοιολογικό περιεχόμενο και τις προσεγγίσεις του τουριστικού μάρκετινγκ.
- Αναπτύξει τη σημασία και τη φύση των τουριστικών εμπειριών.
- Περιγράψει την δομή και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης στον τουρισμό και την σχέση τους με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ.
- Αναλύσει την διαδικασία κατάστρωσης σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ.
- Αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους εντοπίζονται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών τουριστικών προϊόντων.
- Διακρίνει τις διαδικασίες που ακολουθείται για την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, την στόχευση τμημάτων καταναλωτών και την τοποθέτηση προϊόντων σε διαφορετικά τμήματα.

- Εξετάσει την έννοια και την χρησιμότητα του μίγματος τουριστικού μάρκετινγκ και να διακρίνει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν.
- Αναπτύσσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες.
- Αναπτύσσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση τουριστικών προϊόντων.
- Εξηγήσει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με το μίγμα επικοινωνίας και προώθησης στον τουρισμό.
- Αξιολογήσει τις πρακτικές και τις στρατηγικές για την ανάπτυξη και διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων.

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:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας

και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

.....

Άλλες...

.....

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Ομαδική ή/και ατομική εργασία
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών
- Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
- Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Φιλοσοφία και διαδικασία τουριστικού μάρκετινγκ .
2. Ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης στον τουρισμό.
3. Διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς τουριστικών προϊόντων.
4. Ανάλυση, ανάπτυξη και διαχείριση τουριστικής εμπειρίας.
5. Κατάστρωση σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ.
6. Τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση. Ανάλυση του ανταγωνισμού.
7. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 "Π".
8. Τουριστικό προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος ζωής του προϊόντος, ιδιαιτερότητες προϊόντων και υπηρεσιών.
9. Τιμή: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία τιμών, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνικές καθορισμού της τιμής.
10. Διανομή: κανάλια διανομής στον τουρισμό, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων.
11. Μίγμα επικοινωνίας στον τουρισμό: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και τεχνικές προώθησης.
12. Προώθησης των πωλήσεων, σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising.
13. Στόχοι και στρατηγική της τουριστικής διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας, στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων, οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο (διαλέξεις), ζωντανά σε αίθουσα διδασκαλίας</p>													
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Χρήση σύγχρονων μεθόδων διδασκαλίας με ηλεκτρονικά μέσα (όπου απαιτείται). Υποστήριξη Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p>													
<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ. 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>Δραστηριότητα</p> <table border="1"> <tr><td>Διαλέξεις</td><td>39</td></tr> <tr><td>Πρακτικές ασκήσεις</td><td>20</td></tr> <tr><td>Μελέτη & Ανάλυση βιβλιογραφίας</td><td>32</td></tr> <tr><td>Πρόοδος</td><td>15</td></tr> <tr><td>Αυτοτελής μελέτη</td><td>54</td></tr> <tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>150</td></tr> </table>	Διαλέξεις	39	Πρακτικές ασκήσεις	20	Μελέτη & Ανάλυση βιβλιογραφίας	32	Πρόοδος	15	Αυτοτελής μελέτη	54	Σύνολο Μαθήματος	150	<p>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</p>
Διαλέξεις	39													
Πρακτικές ασκήσεις	20													
Μελέτη & Ανάλυση βιβλιογραφίας	32													
Πρόοδος	15													
Αυτοτελής μελέτη	54													
Σύνολο Μαθήματος	150													
<p>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Γραπτή τελική εξέταση (100%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ερωτήσεις θεωρητικού περιεχομένου ▪ Θέματα αναλυτικής προσέγγισης και σκέψης ▪ Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής 													

4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Kotler, P.T., Bowen, J.T., Makens, J. & Baloglou, S. (2019). *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925575411.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2021). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη, ISBN: 9789606180361.
- Fyall, A., Legohere, P., Frochot, I. & Wang, Y. (2020). *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας*. Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Rosili, ISBN: 978-618-5131-72-2.
- Βασιλειάδης, Χ. (2019). *Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των Τουριστικών Προορισμών*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Θ. Καραγιώργου Ο.Ε., ISBN: 978-618-83370-7-7.

Συναφή επιστημονικά περιοδικά

- Journal of Destination Marketing & Management (<https://www.journals.elsevier.com/journal-of-destination-marketing-and-management>)
- Journal of Hospitality Marketing & Management (<https://www.tandfonline.com/toc/whmm20/current>)
- Journal of Vacation Marketing (<https://journals.sagepub.com/home/jvm>)
- Journal of Travel & Tourism Marketing (<https://www.tandfonline.com/toc/wttm20/current>)