

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	1605-230517	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	<b>E</b>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Έρευνα Τουριστικής Αγοράς		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <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>		<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>
Διαλέξεις και Ασκήσεις		3	5
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	KANENA		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	OXI		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281">https://exams-sod.the.ihu.gr/course/view.php?id=281</a>		

### 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 αυτό στοχεύει στην κατανόηση της έννοιας και του περιεχομένου της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Συνδέει την έρευνα αγοράς με το τουριστικό μάρκετινγκ και αναλύει την σχέση μεταξύ της λήψης αποφάσεων και της κατάστρωσης ερευνητικών σχεδίων. Παρουσιάζεται επίσης η χρησιμότητα της έρευνας και εντοπίζονται οι ιδιαιτερότητες της έρευνας της τουριστικής αγοράς. Ακόμα, αναλύονται οι έννοιες της ποσοτικής και της ποιοτικής έρευνας. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:

- Κατανοεί τις βασικές μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται για την έρευνα της τουριστικής αγοράς.
- Περιγράψει τους τύπους των σχεδίων έρευνας και να αναλύει τα στάδια της ερευνητικής διαδικασίας καθώς και τα είδη της έρευνας σύμφωνα με την προέλευση των στοιχείων.
- Εξηγήσει τους τρόπους συλλογής πρωτογενών στοιχείων και να αξιολογήσει συγκριτικά τις μεθόδους επικοινωνίας με το κοινό.
- Περιγράψει τους περιορισμούς της έρευνας της τουριστικής αγοράς και να εντοπίσει τους οργανισμούς που κάνουν έρευνα αγοράς ή χρησιμοποιούν τα αποτελέσματα της.

- Αναλύσει την έννοια της δειγματοληψίας στην έρευνα της τουριστικής αγοράς καθώς και των βασικών δειγματοληπτικών μεθοδολογιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν.
- Αναλύσει τη θεωρία των πιθανοτήτων και να εξετάσει τα πλαίσια της δειγματοληψίας.
- Διακρίνει εναλλακτικά είδη δειγματοληψίας και τις χρησιμότητες τους, να αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους γίνεται η επιλογή ενός πληθυσμού και ο υπολογισμός του μεγέθους του δείγματος.
- Καταστρώσει ερωτηματολόγια και να κατασκευάσει ανοικτές ή κλειστές ερωτήσεις.
- Εξηγήσει την τεχνική της λήψης συνεντεύξεων.
- Χρησιμοποιήσει βασικές τεχνικές της ποιοτικής έρευνας.
- Αξιολογήσει την φιλοσοφία και τα στοιχεία ενός Συστήματος Πληροφόρησης Μάρκετινγκ.

### 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. Εισαγωγή - Ορισμοί - Ταξινόμηση Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς
2. Μεθοδολογίες Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς - Τύποι Σχεδίων Έρευνας - Στάδια Έρευνας
3. Δευτερογενής Έρευνα - Πρωτογενής Έρευνα
4. Πρωτογενής Έρευνα – Εφαρμογές και Περιορισμοί Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς
5. Δειγματοληψία - Ορισμοί – Θεωρία - Είδη Δειγματοληψίας
6. Σχεδιασμός του Δείγματος
7. Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου
8. Σφάλματα στις Ερωτήσεις - Ακολουθία Ερωτήσεων
9. Ανοικτές Ερωτήσεις - Κλειστές Ερωτήσεις
10. Πιλοτική Δοκιμή & Συλλογή Πληροφοριών
11. Συνεντεύξεις σε Βάθος & Ποιοτική Έρευνα
12. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ στον Τουρισμό
13. Σύνταξη Αναφοράς Έρευνας της Τουριστικής Αγοράς

## 3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο (διαλέξεις) ζωντανά σε αίθουσα διδασκαλίας, και πρακτικές ασκήσεις.</p>
<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην</p>	<p>Χρήση σύγχρονων μεθόδων διδασκαλίας με ηλεκτρονικά μέσα (όπου απαιτείται). Υποστήριξη</p>

<p>Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>Μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</p>	
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>          Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.          Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη &amp; ανάλυση 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><b>Δραστηριότητα</b></p>	<p><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></p>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>          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>	<p><b>Διαλέξεις</b></p> <p><b>Πρακτικές ασκήσεις</b></p> <p><b>Μελέτη &amp; Ανάλυση βιβλιογραφίας</b></p> <p><b>Πρόοδος</b></p> <p><b>Αυτοτελής μελέτη</b></p> <p><b>Σύνολο Μαθήματος</b></p>	<p><b>39</b></p> <p><b>40</b></p> <p><b>22</b></p> <p><b>15</b></p> <p><b>44</b></p> <p><b>150</b></p>
	<p>Γραπτή τελική εξέταση (60%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ερωτήσεις θεωρητικού περιεχομένου</li> <li>▪ Θέματα αναλυτικής προσέγγισης και σκέψης</li> <li>▪ Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> </ul> <p>Εκπόνηση ομαδικής εργασίας (40%) που περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Πρωτογενή έρευνα</li> <li>▪ Δημόσια παρουσίαση</li> <li>▪ Έκθεση (ερευνητική αναφορά)</li> </ul>	

#### 4. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

##### Προτεινόμενη βιβλιογραφία

- Veal A.J. & Χρήστου Ε. (2021). *Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925588343.
- Σιώμκος, Γ.Ι. & Μαύρος, Δ. (2018). *Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ*. Λευκωσία, Κύπρος: Broken Hill Publishers, ISBN: 9789925563647.
- Σαμαντά, Ε. (2019). *Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου, ISBN: 978-960-359-151-1.
- Χρήστου, Ε. (2019). *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Φαίδημος, ISBN: 978-618-5062-32-3.

##### Συναφή επιστημονικά περιοδικά

- European Journal of Tourism Research (<https://ejtr.vumk.eu>)
- Annals of Tourism Research (<https://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research>)
- Journal of Marketing Research (<https://journals.sagepub.com/home/mrj>)
- International Journal of Research in Marketing (<https://www.journals.elsevier.com/international-journal-of-research-in-marketing>)