

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Οργάνωση και Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων
--	---

<b>ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μαρία Αθανασοπούλου</li> <li>• Θεοδώρα Καμαριανού</li> <li>• Κωνσταντίνος Πεφάνης</li> <li>• Σπυρίδων Μάμαλης</li> </ul>
--------------------	---

● **ΓΕΝΙΚΑ**

<b>ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Θεματική Ενότητα 1: «Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων»</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. αναγράψτε τις συνολικές ώρες διδασκαλίας και πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΩΡΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΦΟΡΤΟΥ: 105	26	4,2	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		

● **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> <i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα της θεματικής ενότητας μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i></p>
<p><b>Γνώσεις &amp; πληροφορίες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοήσουν την σημασία του τουρισμού, τη συμβολή του στην εθνική οικονομία και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού.</li> <li>• Να κατανοήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να σχεδιάσουν το τουριστικό προϊόν.</li> <li>• Να κατανοήσουν το μίγμα Μάρκετινγκ των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να κατανοήσουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να μπορούν να εκτιμήσουν τις μεταβολές στο περιβάλλον και τις επιπτώσεις στις λειτουργίες των τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν σχέδιο Μάρκετινγκ με βάση τις σύγχρονες τάσεις και πρακτικές στην τοποθέτηση των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών</li> <li>• Να κατανοήσουν τις διαφορετικές μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, και να σχεδιάσουν προϊόντα ανάλογα με τη ζήτηση και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προορισμού.</li> <li>• Να εξοικειωθούν με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους στο τουριστικό προϊόν.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες και τεχνογνωσία (know-how):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους για τη λήψη αποφάσεων και επίλυση προβλημάτων ως προς το σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τον τουρισμό.</li> <li>• Να προσαρμόζουν τις αρχές, θεωρίες και πρακτικές του τουρισμού στα δεδομένα του τόπου ενδιαφέροντος.</li> </ul> <p><b>Προσωπικές και κοινωνικές δεξιότητες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοήσουν και να εμβαθύνουν στη σχέση τουρισμού και οικονομίας, συνθέτοντας τις γνώσεις τους σε αντίστοιχα θέματα.</li> <li>• Να συνθέτουν τις γνώσεις τους για την εκπλήρωση εργασιών και την επίλυση προβλημάτων εφαρμογής της τουριστικής πολιτικής.</li> <li>• Να ασκούνται στην ανάλυση και σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τις ειδικές μορφές τουρισμού.</li> <li>• Να αναγνωρίσουν, προσδιορίσουν, περιγράψουν και συνδυάσουν βασικά θέματα ανάπτυξης τουρισμού σε σύνδεση με την κοινωνία και τον πολιτισμό.</li> </ul>

### Γενικές Ικανότητες

Σημειώστε γενικές ικανότητες που αποκτή ο εκπαιδευόμενος 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

Παράγωγή 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

- Να είναι σε θέση να αναζητήσουν και να εντοπίζουν δεδομένα και πληροφορίες, να τις οργανώνουν και να τις αξιολογούν, να τις αξιοποιούν συνθετικά για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού.
- Να είναι σε θέση να σχεδιάζουν χωρικές ή άλλες τομεακές πολιτικές βάσει δεδομένων και να προτείνουν συγκεκριμένες δράσεις παρέμβασης.
- Να αναπτύσσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά διαφορετικές καταστάσεις και προκλήσεις.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις προσωπικές, κοινωνικές και μεθοδολογικές δυνατότητες στην επαγγελματική και προσωπική τους ανέλιξη.
- Να κρίνουν και να επιδεικνύουν δημιουργικότητα αναλύοντας τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

### • ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

#### Θεματική Ενότητα 1: «Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων»

Περιγραφή:

Σκοπός της ενότητας είναι η εξοικείωση των καταρτιζομένων με τις βασικές έννοιες του τουρισμού, την ανάλυση του τουριστικού φαινομένου και τις επιδράσεις αυτού στην κοινωνική και οικονομική ζωή. Η διάκριση των τουριστικών επιχειρήσεων θα δώσει την ευκαιρία στους καταρτιζόμενους να γνωρίσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και να αξιολογήσουν την βαρύτητα που φέρουν στην οικονομία μιας χώρας. Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας στον οποίο ανήκει ο τουρισμός δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον ανθρώπινο παράγοντα. Για την συγκρότηση μιας σύγχρονης ξενοδοχειακής επιχείρησης σημαντικό ρόλο φέρει ο άνθρωπος και η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού του. Οι κατηγορίες καταλυμάτων και οι διακρίσεις ξενοδοχείων στην Ελλάδα καθώς και ο διαχωρισμός των τμημάτων μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης θα δώσουν τις γνώσεις στους καταρτιζόμενους για να μνηθούν στην ξενοδοχεία και την οργάνωση της.

### • ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους εκπαιδευομένους</i>	- Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ειδικής πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης του Δ.Π.Θ. - Διδακτικές παρουσιάσεις/ασκήσεις στο eclass - Προβολή video - Επικοινωνία μέσω eclass - Επικοινωνία μέσω e-mail

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ**

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 εκπαιδευόμενους.

Για την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος οι συμμετέχοντες/συμμετέχουσες θα πρέπει να έχουν ολοκληρώσει με επιτυχία την αξιολόγηση όπως αυτή θα υλοποιηθεί με δοκιμασίες πολλαπλής επιλογής στα πλαίσια της ύλης του εκπαιδευτικού προγράμματος στο τέλος κάθε θεματικής ενότητας.

Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0% έως 100%. Επιτυχόντες θεωρούνται όσοι εκπαιδευόμενοι λάβουν σε όλες τις Θεματικές Ενότητες βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%.

Θα παρέχεται η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης. Συγκεκριμένα, αν κάποιος για λόγους ασθενείας ή εξαιτίας άλλων αντικειμενικών δυσκολιών δεν μπορέσει να συμπληρώσει κάποιο από τα 4 τεστ, ένα για κάθε Θεματική Ενότητα ή και όλα ή αν κάποιος κοπεί σε ένα από τα τεστ ή και σε όλα, τότε θα υπάρχει η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης των τεστ που δεν έχει εξεταστεί ή στα οποία έχει κοπεί, με δικαίωμα 2 επιπλέον προσπαθειών, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν ύστερα από συνεννόηση με τους διδάσκοντες σε χρονικό διάστημα έως και 1 μήνα από τη λήξη του προγράμματος.

● **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Βασιλειάδης Χρήστος, (2019), “Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των τουριστικών προορισμών” ISBN: 9786188337077, ΑΦΟΙ Θ. ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΟΥ Ο.Ε
- ΙΩΑΚΕΙΜΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ (2022), “ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ”, ISBN: 9786182020876, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Πρωτοπαπαδάκης Ιωάννης, (2021), “ Τουριστικό Μάρκετινγκ”, ISBN: 9789606180361, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ
- Alan Fyall, Patrick Legoherele, Isabelle Frochot, Youcheng Wang, (2020), “ Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας” ISBN: 9786185131722 ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Kotler P., Bowen J.T., Baloglu S., Morosan C., Χρήστου Ευάγγελος, (2023), “Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας”, ISBN: 9789925351565 BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Χυτήρης Λ., Χυτήρη Α. (2023). Διοίκηση ξενοδοχείων. Μπένου
- Stephen P. (2023). Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Παρισιάνου
- Λαλούμης Δ., Ρούπας Β. (2022). Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων. Παπαζήσης
- Λαλούμης Δ. (2018). Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- ΝΑΙΤΖΕΛ Ε. (2023). Στρατηγική διοίκηση τουρισμού, φιλοξενίας και εκδηλώσεων. ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
- ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ (2017). Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη. Παπαζήσης
- Κοκκόσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011). Ειδικές & εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κριτική
- Βαρβαρέσος Σ. (2013). Οικονομική του τουρισμού. Προπομπός
- Kotler P., Bowen J., κ.α. (2019). Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Μοίρα Π. (2018). Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- Λαλούμης Δ., Κατσώνη Β. (2010). Διοίκηση ολικής ποιότητας, Εφαρμογή στον τουρισμό. Σταμούλης
- Συλλογικό (2009). Εναλλακτικές & ειδικές μορφές τουρισμού, σχεδιασμός, Management, Marketing. INTERBOOKS
- Σταράς Θ. , Τζένος Χ. (2004). Μάρκετινγκ τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση. INTERBOOKS

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Οργάνωση και Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων
--	---

<b>ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μαρία Αθανασοπούλου</li> <li>• Θεοδώρα Καμαριανού</li> <li>• Κωνσταντίνος Πεφάνης</li> <li>• Σπυρίδων Μάμαλης</li> </ul>
--------------------	---

● **ΓΕΝΙΚΑ**

<b>ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Θεματική Ενότητα 2: «Marketing στον Τουρισμό»</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. αναγράψτε τις συνολικές ώρες διδασκαλίας και πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΩΡΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΦΟΡΤΟΥ: 105	26	4,2	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		

● **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> <i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα της θεματικής ενότητας μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i></p>
<p><b>Γνώσεις &amp; πληροφορίες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοήσουν την σημασία του τουρισμού, τη συμβολή του στην εθνική οικονομία και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού.</li> <li>• Να κατανοήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να σχεδιάσουν το τουριστικό προϊόν.</li> <li>• Να κατανοήσουν το μίγμα Μάρκετινγκ των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να κατανοήσουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να μπορούν να εκτιμήσουν τις μεταβολές στο περιβάλλον και τις επιπτώσεις στις λειτουργίες των τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν σχέδιο Μάρκετινγκ με βάση τις σύγχρονες τάσεις και πρακτικές στην τοποθέτηση των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών</li> <li>• Να κατανοήσουν τις διαφορετικές μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, και να σχεδιάσουν προϊόντα ανάλογα με τη ζήτηση και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προορισμού.</li> <li>• Να εξοικειωθούν με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους στο τουριστικό προϊόν.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες και τεχνογνωσία (know-how):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους για τη λήψη αποφάσεων και επίλυση προβλημάτων ως προς το σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τον τουρισμό.</li> <li>• Να προσαρμόζουν τις αρχές, θεωρίες και πρακτικές του τουρισμού στα δεδομένα του τόπου ενδιαφέροντος.</li> </ul> <p><b>Προσωπικές και κοινωνικές δεξιότητες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοήσουν και να εμβαθύνουν στη σχέση τουρισμού και οικονομίας, συνθέτοντας τις γνώσεις τους σε αντίστοιχα θέματα.</li> <li>• Να συνθέτουν τις γνώσεις τους για την εκπλήρωση εργασιών και την επίλυση προβλημάτων εφαρμογής της τουριστικής πολιτικής.</li> <li>• Να ασκούνται στην ανάλυση και σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τις ειδικές μορφές τουρισμού.</li> <li>• Να αναγνωρίσουν, προσδιορίσουν, περιγράψουν και συνδυάσουν βασικά θέματα ανάπτυξης τουρισμού σε σύνδεση με την κοινωνία και τον πολιτισμό.</li> </ul>

**Γενικές Ικανότητες**

Σημειώστε γενικές ικανότητες που αποκτά ο εκπαιδευόμενος 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

Παράγωγή 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

- Να είναι σε θέση να αναζητήσουν και να εντοπίζουν δεδομένα και πληροφορίες, να τις οργανώνουν και να τις αξιολογούν, να τις αξιοποιούν συνθετικά για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού.
- Να είναι σε θέση να σχεδιάζουν χωρικές ή άλλες τομεακές πολιτικές βάσει δεδομένων και να προτείνουν συγκεκριμένες δράσεις παρέμβασης.
- Να αναπτύσσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά διαφορετικές καταστάσεις και προκλήσεις.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις προσωπικές, κοινωνικές και μεθοδολογικές δυνατότητες στην επαγγελματική και προσωπική τους ανέλιξη.
- Να κρίνουν και να επιδεικνύουν δημιουργικότητα αναλύοντας τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

**• ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

**Θεματική Ενότητα 2: «Marketing στον Τουρισμό»**

Περιγραφή:

Η θεματική «Marketing στον Τουρισμό» εξετάζει τις στρατηγικές και πρακτικές του μάρκετινγκ στον ταχέως αναπτυσσόμενο και ανταγωνιστικό κλάδο του τουρισμού. Οι φοιτητές αποκτούν γνώσεις σχετικά με την ανάλυση της τουριστικής αγοράς, τη διαχείριση της τουριστικής εμπειρίας και τη δημιουργία αποτελεσματικών καμπανιών προώθησης προορισμών, υπηρεσιών και τουριστικών προϊόντων.

Τα μαθήματα περιλαμβάνουν την ανάλυση της συμπεριφοράς των τουριστών, τη διαμόρφωση στρατηγικής καθώς την κατανόηση του Branding και της χρήσης του στον Τουρισμό. Το σύγχρονο Μάρκετινγκ είναι ψηφιακό και η χρήση ψηφιακών μέσων προάγει τη σημασία της βιωσιμότητας στον τουριστικό κλάδο. Παράλληλα, εξετάζονται οι επικοινωνιακές στρατηγικές σε περιπτώσεις κρίσεων στον τουρισμό.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα μπορούν να:

- Αναλύουν τις ανάγκες και τις τάσεις της τουριστικής αγοράς.
- Σχεδιάζουν και υλοποιούν ολοκληρωμένες καμπάνιες μάρκετινγκ.
- Χρησιμοποιούν σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση τουριστικών προορισμών.
- Αναπτύσσουν στρατηγικές branding και positioning.
- Αντιμετωπίζουν προκλήσεις σχετικές με τη βιωσιμότητα και τη διαχείριση κρίσεων.

**• ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

**ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ**

Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως  
εκπαίδευση κ.λπ.

**ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ**



<p><b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>  <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους εκπαιδευόμενους</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ειδικής πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης του Δ.Π.Θ.</li> <li>- Διδακτικές παρουσιάσεις/ασκήσεις στο eclass</li> <li>- Προβολή video</li> <li>- Επικοινωνία μέσω eclass</li> <li>- Επικοινωνία μέσω e-mail</li> </ul>
<p><b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ</b>  <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i></p> <p><i>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</i></p> <p><i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους εκπαιδευόμενους.</i></p>	<p>Για την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος οι συμμετέχοντες/συμμετέχουσες θα πρέπει να έχουν ολοκληρώσει με επιτυχία την αξιολόγηση όπως αυτή θα υλοποιηθεί με δοκιμασίες πολλαπλής επιλογής στα πλαίσια της ύλης του εκπαιδευτικού προγράμματος στο τέλος κάθε θεματικής ενότητας.</p> <p>Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0% έως 100%. Επιτυχόντες θεωρούνται όσοι εκπαιδευόμενοι λάβουν σε όλες τις Θεματικές Ενότητες βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%.</p> <p>Θα παρέχεται η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης. Συγκεκριμένα, αν κάποιος για λόγους ασθενείας ή εξαιτίας άλλων αντικειμενικών δυσκολιών δεν μπορέσει να συμπληρώσει κάποιο από τα 4 τεστ, ένα για κάθε Θεματική Ενότητα ή και όλα ή αν κάποιος κοπεί σε ένα από τα τεστ ή και σε όλα, τότε θα υπάρχει η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης των τεστ που δεν έχει εξεταστεί ή στα οποία έχει κοπεί, με δικαίωμα 2 επιπλέον προσπαθειών, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν ύστερα από συνεννόηση με τους διδάσκοντες σε χρονικό διάστημα έως και 1 μήνα από τη λήξη του προγράμματος.</p>

#### ● ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βασιλειάδης Χρήστος, (2019), “Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των τουριστικών προορισμών” ISBN: 9786188337077, ΑΦΟΙ Θ. ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΟΥ Ο.Ε
- ΙΩΑΚΕΙΜΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ (2022), “ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ”, ISBN: 9786182020876, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Πρωτοπαπαδάκης Ιωάννης, (2021), “ Τουριστικό Μάρκετινγκ”, ISBN: 9789606180361, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ
- Alan Fyall, Patrick Legoharel, Isabelle Frochot, Youcheng Wang, (2020), “ Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας” ISBN: 9786185131722 ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Kotler P., Bowen J.T., Baloglu S., Morosan C., Χρήστου Ευάγγελος, (2023), “Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας”, ISBN: 9789925351565 BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Χυτήρης Λ., Χυτήρη Α. (2023). Διοίκηση ξενοδοχείων. Μπένου
- Stephen P. (2023). Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Παρισιάνου
- Λαλούμης Δ., Ρούπας Β. (2022). Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων. Παπαζήσης
- Λαλούμης Δ. (2018). Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- ΝΑΙΤΖΕΛ Ε. (2023). Στρατηγική διοίκηση τουρισμού, φιλοξενίας και εκδηλώσεων. ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
- ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ (2017). Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη. Παπαζήσης
- Κοκκόσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011). Ειδικές & εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κριτική
- Βαρβαρέσος Σ. (2013). Οικονομική του τουρισμού. Προπομπός
- Kotler P., Bowen J., κ.α. (2019). Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μοίρα Π. (2018). Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας. ΦΑΙΔΙΜΟΣ</li> <li>• Λαλούμης Δ., Κατσώνη Β. (2010). Διοίκηση ολικής ποιότητας, Εφαρμογή στον τουρισμό. Σταμούλης</li> <li>• Συλλογικό (2009). Εναλλακτικές &amp; ειδικές μορφές τουρισμού, σχεδιασμός, Management, Marketing. INTERBOOKS</li> <li>• Σιταράς Θ. , Τζένος Χ. (2004). Μάρκετινγκ τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση. INTERBOOKS</li> </ul>
---

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Οργάνωση και Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων
--	---

<b>ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μαρία Αθανασοπούλου</li> <li>• Θεοδώρα Καμαριανού</li> <li>• Κωνσταντίνος Πεφάνης</li> <li>• Σπυρίδων Μάμαλης</li> </ul>
--------------------	---

● **ΓΕΝΙΚΑ**

<b>ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Θεματική Ενότητα 3:</b> «Συμπεριφορά καταναλωτή και Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών στις τουριστικές επιχειρήσεις»		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. αναγράψτε τις συνολικές ώρες διδασκαλίας και πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΩΡΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΦΟΡΤΟΥ: 105	26	4,2	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		

● **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> <i>Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα της θεματικής ενότητας μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος.</i>
<p><b>Γνώσεις &amp; πληροφορίες:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να κατανοήσουν την σημασία του τουρισμού, τη συμβολή του στην εθνική οικονομία και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού.</li> <li>• Να κατανοήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να σχεδιάσουν το τουριστικό προϊόν.</li> <li>• Να κατανοήσουν το μίγμα Μάρκετινγκ των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να κατανοήσουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή των Τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να μπορούν να εκτιμήσουν τις μεταβολές στο περιβάλλον και τις επιπτώσεις στις λειτουργίες των τουριστικών Υπηρεσιών.</li> <li>• Να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν σχέδιο Μάρκετινγκ με βάση τις σύγχρονες τάσεις και πρακτικές στην τοποθέτηση των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών</li> <li>• Να κατανοήσουν τις διαφορετικές μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, και να σχεδιάσουν προϊόντα ανάλογα με τη ζήτηση και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προορισμού.</li> <li>• Να εξοικειωθούν με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους στο τουριστικό προϊόν.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες και τεχνογνωσία (know-how):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους για τη λήψη αποφάσεων και επίλυση προβλημάτων ως προς το σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τον τουρισμό.</li> <li>• Να προσαρμόζουν τις αρχές, θεωρίες και πρακτικές του τουρισμού στα δεδομένα του τόπου ενδιαφέροντος.</li> </ul> <p><b>Προσωπικές και κοινωνικές δεξιότητες:</b></p>

- Να κατανοήσουν και να εμβαθύνουν στη σχέση τουρισμού και οικονομίας, συνθέτοντας τις γνώσεις τους σε αντίστοιχα θέματα.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις τους για την εκπλήρωση εργασιών και την επίλυση προβλημάτων εφαρμογής της τουριστικής πολιτικής.
- Να ασκούνται στην ανάλυση και σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τις ειδικές μορφές τουρισμού.
- Να αναγνωρίσουν, προσδιορίσουν, περιγράψουν και συνδυάσουν βασικά θέματα ανάπτυξης τουρισμού σε σύνδεση με την κοινωνία και τον πολιτισμό.

#### **Γενικές Ικανότητες**

*Σημειώστε γενικές ικανότητες που αποκτά ο εκπαιδευόμενος 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*

*Παράγωγή 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*

- Να είναι σε θέση να αναζητήσουν και να εντοπίζουν δεδομένα και πληροφορίες, να τις οργανώνουν και να τις αξιολογούν, να τις αξιοποιούν συνθετικά για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού.
- Να είναι σε θέση να σχεδιάζουν χωρικές ή άλλες τομεακές πολιτικές βάσει δεδομένων και να προτείνουν συγκεκριμένες δράσεις παρέμβασης.
- Να αναπτύσσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά διαφορετικές καταστάσεις και προκλήσεις.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις προσωπικές, κοινωνικές και μεθοδολογικές δυνατότητες στην επαγγελματική και προσωπική τους ανέλιξη.
- Να κρίνουν και να επιδεικνύουν δημιουργικότητα αναλύοντας τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

#### **● ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

##### **Θεματική Ενότητα 3: «Συμπεριφορά καταναλωτή και Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών στις τουριστικές επιχειρήσεις»**

Περιγραφή:

Η θεματική στοχεύει στην κατανόηση των αρχών και πρακτικών που διέπουν τη διαχείριση της ποιότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις. Εστιάζει στη διασφάλιση και τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού. Η ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητά τους να παρέχουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες που ανταποκρίνονται ή και υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών.

Σκοπός των μαθημάτων είναι να κατανοήσουν οι φοιτητές τη σημασία της ποιότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις και να αποκτήσουν δεξιότητες και εργαλεία που συμβάλλουν στη δημιουργία θετικών εμπειριών για τους πελάτες. Εξετάζονται οι βασικές διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών, οι μέθοδοι μέτρησης και αξιολόγησης της εμπειρίας του πελάτη, καθώς και οι στρατηγικές βελτίωσης της απόδοσης και της ικανοποίησης. Τα μαθήματα καλύπτουν βασικές θεωρίες, πρότυπα ποιότητας και εργαλεία αξιολόγησης, προσφέροντας παράλληλα πρακτική γνώση μέσα από μελέτες περιπτώσεων.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές θα είναι σε θέση να:

- Αναγνωρίζουν τη σημασία της ποιότητας στις τουριστικές υπηρεσίες



- Εφαρμόζουν μεθόδους μέτρησης και αξιολόγησης της ποιότητας.
- Αναπτύσσουν στρατηγικές βελτίωσης της εμπειρίας του πελάτη.
- Διαχειρίζονται παράπονα με επαγγελματισμό και αποτελεσματικότητα.
- Ενσωματώνουν βιώσιμες πρακτικές στις τουριστικές επιχειρήσεις.

● **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους εκπαιδευομένους</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ειδικής πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης του Δ.Π.Θ.</li> <li>- Διδακτικές παρουσιάσεις/ασκήσεις στο eclass</li> <li>- Προβολή video</li> <li>- Επικοινωνία μέσω eclass</li> <li>- Επικοινωνία μέσω e-mail</li> </ul>
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>  <i>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</i>  <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους εκπαιδευόμενους.</i>	<p>Για την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος οι συμμετέχοντες/συμμετέχουσες θα πρέπει να έχουν ολοκληρώσει με επιτυχία την αξιολόγηση όπως αυτή θα υλοποιηθεί με δοκιμασίες πολλαπλής επιλογής στα πλαίσια της ύλης του εκπαιδευτικού προγράμματος στο τέλος κάθε θεματικής ενότητας.</p> <p>Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0% έως 100%. Επιτυχόντες θεωρούνται όσοι εκπαιδευόμενοι λάβουν σε όλες τις Θεματικές Ενότητες βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%.</p> <p>Θα παρέχεται η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης. Συγκεκριμένα, αν κάποιος για λόγους ασθένειας ή εξαιτίας άλλων αντικειμενικών δυσκολιών δεν μπορέσει να συμπληρώσει κάποιο από τα 4 τεστ, ένα για κάθε Θεματική Ενότητα ή και όλα ή αν κάποιος κοπεί σε ένα από τα τεστ ή και σε όλα, τότε θα υπάρχει η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης των τεστ που δεν έχει εξεταστεί ή στα οποία έχει κοπεί, με δικαίωμα 2 επιπλέον προσπαθειών, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν ύστερα από συνεννόηση με τους διδάσκοντες σε χρονικό διάστημα έως και 1 μήνα από τη λήξη του προγράμματος.</p>

● **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Βασιλειάδης Χρήστος, (2019), "Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των τουριστικών προορισμών" ISBN: 9786188337077, ΑΦΟΙ Θ. ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΟΥ Ο.Ε
- ΙΩΑΚΕΙΜΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ (2022), " ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ", ISBN: 9786182020876, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Πρωτοπαπαδάκης Ιωάννης, (2021), " Τουριστικό Μάρκετινγκ", ISBN: 9789606180361, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ
- Alan Fyall, Patrick Legoherele, Isabelle Frochot, Youcheng Wang, (2020), " Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας" ISBN: 9786185131722 ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Kotler P., Bowen J.T., Baloglu S., Morosan C., Χρήστου Ευάγγελος, (2023), "Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας", ISBN: 9789925351565 BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

- Χυτήρης Λ., Χυτήρη Α. (2023). Διοίκηση ξενοδοχείων. Μπένου
- Stephen P. (2023). Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Παρισιάνου
- Λαλούμης Δ., Ρούπας Β. (2022). Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων. Παπαζήσης
- Λαλούμης Δ. (2018). Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- ΝΑΙΤΖΕΛ Ε. (2023). Στρατηγική διοίκηση τουρισμού, φιλοξενίας και εκδηλώσεων. ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
- ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ (2017). Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη. Παπαζήσης
- Κοκκόσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011). Ειδικές & εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κριτική
- Βαρβαρέσος Σ. (2013). Οικονομική του τουρισμού. Προπομπός
- Kotler P., Bowen J., κ.α. (2019). Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Μοίρα Π. (2018). Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- Λαλούμης Δ., Κατσώνη Β. (2010). Διοίκηση ολικής ποιότητας, Εφαρμογή στον τουρισμό. Σταμούλης
- Συλλογικό (2009). Εναλλακτικές & ειδικές μορφές τουρισμού, σχεδιασμός, Management, Marketing. INTERBOOKS
- Σιταράς Θ. , Τζένος Χ. (2004). Μάρκετινγκ τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση. INTERBOOKS

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

Οργάνωση και Διοίκηση Τουριστικών Μονάδων

**ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ**

- Μαρία Αθανασοπούλου
- Θεοδώρα Καμαριανού
- Κωνσταντίνος Πεφάνης
- Σπυρίδων Μάμαλης

● **ΓΕΝΙΚΑ**

<b>ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Θεματική Ενότητα 4: «Καινοτομία, επιχειρηματικότητα και νέες τεχνολογίες στις τουριστικές επιχειρήσεις»</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> <i>σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. αναγράψτε τις συνολικές ώρες διδασκαλίας και πιστωτικών μονάδων</i>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
ΩΡΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΦΟΡΤΟΥ: 110	27	4,4	
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		

● **ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

**Μαθησιακά Αποτελέσματα**

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

**Γνώσεις & πληροφορίες:**

- Να κατανοήσουν την σημασία του τουρισμού, τη συμβολή του στην εθνική οικονομία και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού.
- Να κατανοήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών και να σχεδιάσουν το τουριστικό προϊόν.
- Να κατανοήσουν το μίγμα Μάρκετινγκ των Τουριστικών Υπηρεσιών.
- Να κατανοήσουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή των Τουριστικών Υπηρεσιών.
- Να μπορούν να εκτιμήσουν τις μεταβολές στο περιβάλλον και τις επιπτώσεις στις λειτουργίες των τουριστικών Υπηρεσιών.

- Να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν σχέδιο Μάρκετινγκ με βάση τις σύγχρονες τάσεις και πρακτικές στην τοποθέτηση των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών
- Να κατανοήσουν τις διαφορετικές μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, και να σχεδιάσουν προϊόντα ανάλογα με τη ζήτηση και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προορισμού.
- Να εξοικειωθούν με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους στο τουριστικό προϊόν.

**Δεξιότητες και τεχνογνωσία (know-how):**

- Να χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους για τη λήψη αποφάσεων και επίλυση προβλημάτων ως προς το σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τον τουρισμό.
- Να προσαρμόζουν τις αρχές, θεωρίες και πρακτικές του τουρισμού στα δεδομένα του τόπου ενδιαφέροντος.

**Προσωπικές και κοινωνικές δεξιότητες:**

- Να κατανοήσουν και να εμβαθύνουν στη σχέση τουρισμού και οικονομίας, συνθέτοντας τις γνώσεις τους σε αντίστοιχα θέματα.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις τους για την εκπλήρωση εργασιών και την επίλυση προβλημάτων εφαρμογής της τουριστικής πολιτικής.
- Να ασκούνται στην ανάλυση και σχεδιασμό προγραμμάτων και πολιτικών για τις ειδικές μορφές τουρισμού.
- Να αναγνωρίσουν, προσδιορίσουν, περιγράψουν και συνδυάσουν βασικά θέματα ανάπτυξης τουρισμού σε σύνδεση με την κοινωνία και τον πολιτισμό.

**Γενικές Ικανότητες**

*Σημειώστε γενικές ικανότητες που αποκτά ο εκπαιδευόμενος 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*

*Παράγωγή 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*

- Να είναι σε θέση να αναζητήσουν και να εντοπίζουν δεδομένα και πληροφορίες, να τις οργανώνουν και να τις αξιολογούν, να τις αξιοποιούν συνθετικά για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού.
- Να είναι σε θέση να σχεδιάζουν χωρικές ή άλλες τομεακές πολιτικές βάσει δεδομένων και να προτείνουν συγκεκριμένες δράσεις παρέμβασης.
- Να αναπτύσσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά διαφορετικές καταστάσεις και προκλήσεις.
- Να συνθέτουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις προσωπικές, κοινωνικές και μεθοδολογικές δυνατότητες στην επαγγελματική και προσωπική τους ανέλιξη.
- Να κρίνουν και να επιδεικνύουν δημιουργικότητα αναλύοντας τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

**• ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ/ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

**Θεματική Ενότητα 4: «Καινοτομία, επιχειρηματικότητα και νέες τεχνολογίες στις τουριστικές επιχειρήσεις»**

Περιγραφή:

Η ενότητα εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες για να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στόχος είναι η απόκτηση βαθιάς κατανόησης του τρόπου με τον οποίο οι νέες τεχνολογίες και η καινοτομία διαμορφώνουν το μέλλον του τουρισμού και η ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων για την επιτυχή εφαρμογή τους.

Εξετάζονται βασικές έννοιες όπως η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις νέες τεχνολογίες, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η ανάλυση μεγάλων δεδομένων

(big data), η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα (VR/AR), το Internet of Things (IoT), οι εφαρμογές για κινητά και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αναλύεται πώς αυτές οι τεχνολογίες μπορούν να εφαρμοστούν στην πράξη για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών, την αύξηση της αποδοτικότητας και την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

● **ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους εκπαιδευόμενους</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Υποστήριξη μαθησιακής διαδικασίας μέσω της ειδικής πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης του Δ.Π.Θ.</li> <li>- Διδακτικές παρουσιάσεις/ασκήσεις στο eclass</li> <li>- Προβολή video</li> <li>- Επικοινωνία μέσω eclass</li> <li>- Επικοινωνία μέσω e-mail</li> </ul>
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>  <i>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</i>  <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους εκπαιδευόμενους.</i>	<p>Για την επιτυχή ολοκλήρωση του προγράμματος οι συμμετέχοντες/συμμετέχουσες θα πρέπει να έχουν ολοκληρώσει με επιτυχία την αξιολόγηση όπως αυτή θα υλοποιηθεί με δοκιμασίες πολλαπλής επιλογής στα πλαίσια της ύλης του εκπαιδευτικού προγράμματος στο τέλος κάθε θεματικής ενότητας.</p> <p>Η κλίμακα βαθμολογίας κυμαίνεται από 0% έως 100%. Επιτυχόντες θεωρούνται όσοι εκπαιδευόμενοι λάβουν σε όλες τις Θεματικές Ενότητες βαθμό μεγαλύτερο ή ίσο του 50%.</p> <p>Θα παρέχεται η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης. Συγκεκριμένα, αν κάποιος για λόγους ασθενείας ή εξαιτίας άλλων αντικειμενικών δυσκολιών δεν μπορέσει να συμπληρώσει κάποιο από τα 4 τεστ, ένα για κάθε Θεματική Ενότητα ή και όλα ή αν κάποιος κοπεί σε ένα από τα τεστ ή και σε όλα, τότε θα υπάρξει η δυνατότητα επαναληπτικής εξέτασης των τεστ που δεν έχει εξεταστεί ή στα οποία έχει κοπεί, με δικαίωμα 2 επιπλέον προσπαθειών, οι οποίες θα πραγματοποιηθούν ύστερα από συνεννόηση με τους διδάσκοντες σε χρονικό διάστημα έως και 1 μήνα από τη λήξη του προγράμματος.</p>

● **ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Βασιλειάδης Χρήστος, (2019), “Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ των τουριστικών προορισμών” ISBN: 9786188337077, ΑΦΟΙ Θ. ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΟΥ Ο.Ε
- ΙΩΑΚΕΙΜΙΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ (2022), “ ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ”, ISBN: 9786182020876, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΣΙΓΜΑ ΙΚΕ
- Πρωτοπαπαδάκης Ιωάννης, (2021), “ Τουριστικό Μάρκετινγκ”, ISBN: 9789606180361, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ
- Alan Fyall, Patrick Legoherele, Isabelle Frochot, Youcheng Wang, (2020), “ Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας” ISBN: 9786185131722 ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ
- Kotler P., Bowen J.T., Baloglu S., Morosan C., Χρήστου Ευάγγελος, (2023), “Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας”, ISBN: 9789925351565 BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Χυτήρης Λ., Χυτήρη Α. (2023). Διοίκηση ξενοδοχείων. Μπένου
- Stephen P. (2023). Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Παρισιάνου
- Λαλούμης Δ., Ρούπας Β. (2022). Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων. Παπαζήσης
- Λαλούμης Δ. (2018). Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- ΝΑΙΤΖΕΛ Ε. (2023). Στρατηγική διοίκηση τουρισμού, φιλοξενίας και εκδηλώσεων. ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
- ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ (2017). Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη. Παπαζήσης
- Κοκκόσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011). Ειδικές & εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κριτική
- Βαρβαρέσος Σ. (2013). Οικονομική του τουρισμού. Προπομπός
- Kotler P., Bowen J., κ.α. (2019). Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD
- Μοίρα Π. (2018). Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας. ΦΑΙΔΙΜΟΣ
- Λαλούμης Δ., Κατσώνη Β. (2010). Διοίκηση ολικής ποιότητας, Εφαρμογή στον τουρισμό. Σταμούλης
- Συλλογικό (2009). Εναλλακτικές & ειδικές μορφές τουρισμού, σχεδιασμός, Management, Marketing. INTERBOOKS
- Σιταράς Θ., Τζένος Χ. (2004). Μάρκετινγκ τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση. INTERBOOKS