

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΗ ΣΧΟΛΗ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	TP0080	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Β'
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ 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		ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ		3	6
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ		
γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων			
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	KANENA		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		

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 μεταπτυχιακό φοιτητή να κατανοήσει τις αρχές, την φιλοσοφία και τις εφαρμογές που χαρακτηρίζουν το Τουριστικό Μάρκετινγκ. Διερευνάται η εφαρμογή του τόσο σε μακρο-επίπεδο (σε επίπεδο τουριστικών προορισμών), όσο και μικρο-επίπεδο (σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων), παρουσιάζονται οι βασικές ιδιαιτερότητες του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών και αναλύονται τα 7 «Π» που διαμορφώνουν το μίγμα τουριστικού μάρκετινγκ.

Μετά την επιτυχή παρακολούθηση του μαθήματος αυτού, ο φοιτητής θα μπορεί να:

- Κατανοήσει και εξηγήσει το περιεχόμενο του μάρκετινγκ υπηρεσιών του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών.
- Αναλύσει τη δομή και τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε σχέση με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ.
- Εκτιμήσει τους βασικούς παράγοντες επηρεασμού της συμπεριφοράς των τουριστών.
- Εξηγήσει τις αρχές της έρευνας τουριστικής αγοράς.
- Σχεδιάσει και εξηγήσει τη διαδικασία τμηματοποίησης και στόχευσης της τουριστικής αγοράς και τοποθέτησης υφιστάμενων τουριστικών προϊόντων σε διαφορετικές αγορές-στόχους.
- Αναπτύξει την έννοια του μίγματος τουριστικού μάρκετινγκ για ένα συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία της επιλογής του.

Εφαρμόσει την διαδικασία κατάστρωσης επιτυχημένων σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ σε πραγματικά προϊόντα/υπηρεσίες της τουριστικής βιομηχανίας.	
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 Σχεδιασμός και διαχείριση έργων 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	
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 - Λήψη αποφάσεων - Αυτόνομη εργασία - Ομαδική εργασία - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης - Εργασία σε διεθνές περιβάλλον - Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών και χειρισμός πολύπλοκων θεμάτων - Σχεδιασμός και διαχείριση έργων - Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.	

-ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Τουριστικό Μάρκετινγκ-Έννοιες-Ορισμοί. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού χώρου. Ανάλυση τουριστικής προσφοράς και ζήτησης.
- Διαδικασία Αγοραστικής Απόφασης και Συμπεριφορά Καταναλωτή. Ανάγκες-κίνητρα-Θεωρίες υποκίνησης.
- Έρευνα τουριστικής αγοράς (πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, ερωτηματολόγια, σύστημα πληροφοριών μάρκετινγκ).
- Τμηματοποίηση-Στόχευση τουριστικής αγοράς και Τοποθέτηση τουριστικού προϊόντος.
- Προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος. Ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος ζωής του προϊόντος, ιδιαιτερότητες προϊόντων και υπηρεσιών.
- Μίγμα προβολής και επικοινωνίας στην τουριστική αγορά: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και στρατηγική της διαφήμισης, στόχοι και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων, στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων, οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.
- Διανομή στην τουριστική αγορά: κανάλια διανομής, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων.
- Τιμή στην τουριστική αγορά: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία τιμών, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνικές καθορισμού της τιμής
- Τα 3 επιπλέον Π στο τουριστικό μάρκετινγκ: οι άνθρωποι, οι διαδικασίες, η φυσική υπόσταση των υπηρεσιών.
- Κατάστρωση και εφαρμογή σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ.

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	• Πρόσωπο με πρόσωπο. • Ηλεκτρονικές διαδικασίες σύγχρονης μάθησης, με τη χρήση περιβάλλοντος τηλεεκπαίδευσης (Moodle) και λογισμικού τηλεεκπαίδευσης Zoom.
---	--

ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	- Χρήση ΤΠΕ στη διδασκαλία (παρουσιάσεις σε power point μέσω της πλατφόρμας Zoom). - Επικοινωνία με τους φοιτητές μέσω της πλατφόρμας Moodle και email. - Ανάρτηση διαφανειών και υλικού μαθήματος στην πλατφόρμα Moodle.	
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	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	30
	Ανάλυση μελετών περίπτωσης	10
	Μελέτη ασκήσεων που εστιάζουν στην εφαρμογή μεθοδολογιών	10
	Μελέτη ειδικών θεμάτων που έχουν προσεγγιστεί μέσω της επαγωγικής και απαγωγικής προσέγγισης και αναλυτικής συζήτησης πιθανών ζητημάτων εφαρμοσμένου χαρακτήρα	10
	Εκπόνηση-Συγγραφή εργασιών	40
	Αυτοτελής Μελέτη	50
Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης	- Η αξιολόγηση του μαθήματος βασίζεται στην εκπόνηση απαλλακτικής εργασίας (100%) της τελικής βαθμολογίας. - Η αξιολόγηση γίνεται στην ελληνική γλώσσα.	

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.	• Σε ορισμένες ειδικές περιπτώσεις φοιτητών με μαθησιακές δυσκολίες, προβλέπεται προφορική εξέταση.
--	---

ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

α) Βασική βιβλιογραφία:

- Kotler P. et. al (2019), *Μάρκετινγκ Τουρισμού & Φιλοξενίας*, Αθήνα: Π.Χ. Πασχαλίδης.
- Kotler, P. et. al (2017), *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th edition). England: Pearson.
- Αυλωνίτης, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2010): *Marketing Plans: πώς να σχεδιάζετε αποτελεσματικά προγράμματα μάρκετινγκ*, Αθήνα: Σταμούλης.
- Fyall, A. et. al (2020) *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας*, Αθήνα: Rosili.
- Wirtz, J. & Lovelock, C. (2018) *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Θεσσαλονίκη: ΔΙΣΙΓΜΑ.

β) Συμπληρωματική βιβλιογραφία:

- Kotler, P. (2011) *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ: Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος* (12η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις EMI – Interbooks.
- Σιώμκος Γ. (2003), *Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Σταμούλης.
- Holloway, R. (2003) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Middleton, V.T.C. et al. (2009) *Marketing in Travel and Tourism*, 4th ed. London: Routledge.
- Middleton V. & Hawkins R. (2004), *Τουριστικό Μάρκετινγκ για Βιώσιμη Ανάπτυξη*, Αθήνα: Κριτική.
- Solomon, M. et. al (2021), *Μάρκετινγκ: αληθινοί άνθρωποι, αληθινές επιλογές*, 10η έκδ., επιστημονική επιμέλεια: Αλέξανδρος Αποστολάκης, Μάρκος Κουργιαντάκης, Μαρία Σαλαμούρα, Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Veal, A. & Χρήστου, Ε. (2022), *Ερευνητικές Μεθοδολογίες στον Τουρισμό*, 3^η έκδ., Αθήνα: Broken Hill.
- Ηγουμενάκης, Ι. (1996), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Χρήστου, Ε. (1999), *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

-Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- [Journal of Hospitality Marketing & Management](#)
- [Journal of Travel and Tourism Marketing](#)
- [Journal of Vacation Marketing](#)
- [Journal of Travel & Tourism Research](#)
- [Progress in Tourism and Hospitality Research](#)
- [Tourism Recreation Research](#)
- [Tourism Research Journal](#)
- [Tourism Review International](#)
- [TOURISMOS: An International Interdisciplinary Journal](#)
- [Journal of Air Transport Studies](#)
- [Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing](#)