

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΣΚ304	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	3 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	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	6	
<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>	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.unipi.gr/courses/TOY110/		

(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

Με την επιτυχή ολοκλήρωση αυτού του μαθήματος του προγράμματος σπουδών του τμήματος Τουριστικών Σπουδών, ο φοιτητής θα είναι σε θέση:

- Να **προσδιορίζει** με ακρίβεια την έννοια και το περιεχόμενο της λειτουργίας του Μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Να **διακρίνει** την εφαρμογή του Μάρκετινγκ σε διαφορετικές αγορές υπηρεσιών και, ειδικότερα, τουριστικών υπηρεσιών.

- Να **αναπτύσσει** τα βήματα της στρατηγικής Τουριστικού Μάρκετινγκ.
- Να **αξιολογεί** το περιεχόμενο και τις ιδιαιτερότητες του Μίγματος Μάρκετινγκ στις τουριστικές υπηρεσίες και να **εξηγεί** τον ρόλο που αυτό διαδραματίζει στην επιτυχία μιας τουριστικής επιχείρησης.

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	Σχεδιασμός και διαχείριση έργων
Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις	Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα
Λήψη αποφάσεων	Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον
Αυτόνομη εργασία	Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου
Ομαδική εργασία	Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής
Εργασία σε διεθνές περιβάλλον	Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον
Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών	Άλλες...

Οι φοιτητές με την ολοκλήρωση του μαθήματος θα έχουν αποκτήσει τις ακόλουθες γενικές δεξιότητες:

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών, για την φύση και την χρησιμότητα του Μάρκετινγκ στις σημερινές κοινωνίες, οικονομίες και επιχειρήσεις.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.
- Λήψη αποφάσεων για βασικές μεταβλητές της λειτουργίας Μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.
- Αυτόνομη εργασία.
- Σεβασμό στην διαφορετικότητα καθώς μιας από τις βασικές αρχές του Μάρκετινγκ είναι η παροχή στους αγοραστές προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα στις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητές τους.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το συγκεκριμένο μάθημα αφορά στην εισαγωγή στην Επιστήμη του Μάρκετινγκ, ως ενός τομέα της Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων. Παρουσιάζει το Μάρκετινγκ ως μία σημαντική λειτουργία της Επιχείρησης, η οποία συμβάλλει σημαντικά στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Αρχικώς, παρουσιάζονται οι διαφορετικές προσεγγίσεις και επιχειρηματικές φιλοσοφίες και δίνεται έμφαση στον Προσανατολισμό προς το Μάρκετινγκ. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η αναγκαιότητα και η χρησιμότητα του Μάρκετινγκ στις σύγχρονες οικονομίες και κοινωνίες.

Ως εισαγωγικό μάθημα, παρουσιάζονται οι έννοιες της Έρευνας Μάρκετινγκ και της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή στον Τουρισμό, οι οποίες όμως αποτελούν ξεχωριστούς επιστημονικούς χώρους. Τέλος, παρουσιάζονται οι βασικοί άξονες της στρατηγικής Μάρκετινγκ, η Τμηματοποίηση των Αγορών, η Στόχευση των κατάλληλων τμημάτων και η Τοποθέτηση της Πρότασης της τουριστικής επιχείρησης στην αγορά και στο μυαλό των καταναλωτών.

Το μάθημα ολοκληρώνεται με την παρουσίαση του Μίγματος Μάρκετινγκ στον Τουρισμό (Προϊόν, Τιμολόγηση, Διανομή, Προβολή, Προσωπικό, Διαδικασίες και Απτά Χαρακτηριστικά) ως το βασικό εργαλείο άσκησης των πολιτικών Μάρκετινγκ σε μια τουριστική επιχείρηση.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Πρόσωπο με πρόσωπο
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: -Σχετικά με το περιεχόμενο του μαθήματος Videos (εκπαιδευτικά

<p>Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>videos, διαφημίσεις, σύντομο μέρος ταινίας/σειράς ελεύθερο στο διαδίκτυο)</p> <p>-Σχετικά με το περιεχόμενο του μαθήματος Podcasts (YouTube)</p> <p>-Ίντερνετ για αναζήτηση πληροφοριών στα πλαίσια άσκησης/εργασίας (εντός και εκτός τάξης)</p> <p>-Εφαρμογές Ψηφοφορίας (Voting Technology Applications) (Google Forms, Survey Monkey)</p> <p>Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία με τους φοιτητές:</p> <p>-Διαδουκτακή Πλατφόρμα του μαθήματος (μηνύματα, ανακοινώσεις)</p> <p>-Ανταλλαγή E-mails</p>															
<p>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</p> <p>Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας.</p> <p>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.</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>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="683 808 1015 837">Δραστηριότητα</th> <th data-bbox="1015 808 1350 837">Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="683 837 1015 866">Διαλέξεις</td> <td data-bbox="1015 837 1350 866">60</td> </tr> <tr> <td data-bbox="683 866 1015 927">Μελέτες Περιπτώσεων & Ασκήσεις</td> <td data-bbox="1015 866 1350 927">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="683 927 1015 956">Συγγραφή Εργασίας</td> <td data-bbox="1015 927 1350 956">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="683 956 1015 985">Εξετάσεις</td> <td data-bbox="1015 956 1350 985">2</td> </tr> <tr> <td data-bbox="683 985 1015 1193">Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας (όπως αυτή περιγράφεται στο περίγραμμα του μαθήματος, διαφάνειες, έρευνες, άρθρα, links όπως αναρτώνται στο e-class)</td> <td data-bbox="1015 985 1350 1193">58</td> </tr> <tr> <td data-bbox="683 1193 1015 1223">Σύνολο Μαθήματος</td> <td data-bbox="1015 1193 1350 1223">180</td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	60	Μελέτες Περιπτώσεων & Ασκήσεις	30	Συγγραφή Εργασίας	30	Εξετάσεις	2	Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας (όπως αυτή περιγράφεται στο περίγραμμα του μαθήματος, διαφάνειες, έρευνες, άρθρα, links όπως αναρτώνται στο e-class)	58	Σύνολο Μαθήματος	180
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου															
Διαλέξεις	60															
Μελέτες Περιπτώσεων & Ασκήσεις	30															
Συγγραφή Εργασίας	30															
Εξετάσεις	2															
Μελέτη και Ανάλυση Βιβλιογραφίας (όπως αυτή περιγράφεται στο περίγραμμα του μαθήματος, διαφάνειες, έρευνες, άρθρα, links όπως αναρτώνται στο e-class)	58															
Σύνολο Μαθήματος	180															
<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 Δοκιμίων, 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>	<ul style="list-style-type: none"> • Γλώσσα Αξιολόγησης: Ελληνικά <p>Οι φοιτητές αξιολογούνται με γραπτή τελική εξέταση. Η εξεταστέα ύλη ανακοινώνεται στο e-class, στην τάξη και στο διευρυμένο περίγραμμα του μαθήματος, στην αρχή της χρονιάς. Η γραπτή εξέταση περιλαμβάνει τις παρακάτω μεθόδους αξιολόγησης:</p> <p>-Ερωτήσεις Ανάπτυξης σε Μελέτη Περίπτωσης Τουριστικής Επιχείρησης.</p> <p>(Δίνεται η δυνατότητα προφορικής εξέτασης για όσους φοιτητές εμπíπτουν σε συγκεκριμένες κατηγορίες και δεν μπορούν να εξεταστούν γραπτώς, κατόπιν ενημέρωσης της γραμματείας και του διδάσκοντα και προσκόμισης των απαραίτητων δικαιολογητικών).</p> <p>Παρά το γεγονός ότι η εξέταση αποτελεί το 100% του τελικού βαθμού, ο τελικός βαθμός μπορεί να διαφοροποιηθεί/βελτιωθεί με την ανάληψη/συμμετοχή των φοιτητών στα παρακάτω, <u>με την προϋπόθεση πως ο φοιτητής/τρια θα έχει εξασφαλίσει βαθμό τουλάχιστον 5/10 στην τελική γραπτή εξέταση:</u></p>															

	<ul style="list-style-type: none"> -Γραπτή εργασία σε προτεινόμενη θεματολογία έως 3 βαθμούς: Συγγραφή και Παρουσίαση μιας Μελέτης Περίπτωσης από την Ελληνική Πραγματικότητα. <p>Οι φοιτητές ενημερώνονται για τη διαδικασία αξιολόγησης μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας υποστήριξης της διαδικασίας μάθησης (e-class), καθώς και μέσα στην τάξη από τον διδάσκοντα, και τους δίνονται επίσης παραδείγματα του τρόπου εξέτασης καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς.</p>
--	--

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

1. «Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας», Kotler Philip T., Bowen John T., Makens James, Baloglu Seyhmus, εκδ. BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, 2019 (86056097)
2. «Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας», Alan Fyall, Patrick Legoherele, Isabelle Frochot, Youcheng Wang, εκδ. ROSILI ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΚΔΟΤΙΚΗ Μ.ΕΠΕ, 2020 (94688937)

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

Annals of Tourism Research
Journal of Travel Research
International Journal of Tourism Research
Journal of Hospitality and Tourism Research
Journal of Travel and Tourism Marketing
Journal of Destination Marketing and Management
Journal of Hospitality Marketing and Management
Journal of Services Marketing