

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΤΣΚ701	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	7 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		
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 γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	ΟΧΙ		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΝΑΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)			

(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

Το μάθημα προσεγγίζει την έννοια του branding και της δημιουργίας ταυτότητας ως στρατηγική επιλογή στον τομέα της διαχείρισης των προορισμών, αλλά και της διοίκησης των τουριστικών επιχειρήσεων. Πρόκειται για δυο διακριτές πρακτικές οι οποίες παρουσιάζονται ισόποσα στο συγκεκριμένο μάθημα.

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

- διακρίνουν και να σχεδιάζουν των βασικών παραμέτρων σχεδιασμού του Branding όπως είναι ο καθορισμός ενός διακριτικού ονόματος, όροι, σχέδιο, λογότυπο, συμβολισμοί και η αποτύπωση τους στη φιλοσοφία της φυσιογνωμίας του προορισμού ή της επιχείρησης.
- προσδιορίζουν τις παραμέτρους οι οποίοι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όσον αφορά το σχεδιασμό της στρατηγικής branding είτε σε προορισμούς είτε σε τουριστικές επιχειρήσεις,
- σχεδιάζουν κατάλληλη μεθοδολογία για τη δημιουργία ταυτότητας ως μέρος του Μάνατζμεντ και της Στρατηγικής που ακολουθεί ο τουριστικός οργανισμός, διασφαλίζοντας τους μια βιώσιμη ανάπτυξη σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον
- εκτιμούν την χρήση και ανάπτυξη των μοντέλων Στρατηγικής Ανάλυσης της Εικόνας και της Ταυτότητας των προορισμών και των επιχειρήσεων,
- εξηγούν την επιρροή του branding στην συμπεριφορά των καταναλωτών καθώς και στην παρεχόμενη ποιότητα υπηρεσιών και κατ' επέκταση την επίδοση του οργανισμού
- επιλέγουν το σχεδιασμό κατάλληλων στρατηγικών κατεύθυνσης πόρων (ανθρώπινων και υλικών) για

<ul style="list-style-type: none"> - τον καθορισμό του branding προορισμών είτε τουριστικών επιχειρήσεων - σχεδιάζουν στρατηγικές Διοίκησης και ελέγχου του brand στον διαδικτυακό κόσμο και κοινωνικά δίκτυα - αναγνωρίζουν όρους, πλεονεκτήματα κι υποχρεώσεις για συμμετοχή σε διεθνή δίκτυα-διαδρομές και διεθνής αλυσίδες brand για την προώθηση και ενίσχυση του branding
--

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,:

<p>Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</p> <p>Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις</p> <p>Λήψη αποφάσεων</p> <p>Αυτόνομη εργασία</p> <p>Ομαδική εργασία</p> <p>Εργασία σε διεθνές περιβάλλον</p> <p>Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον</p> <p>Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών</p>	<p>Σχεδιασμός και διαχείριση έργων</p> <p>Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα</p> <p>Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον</p> <p>Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου</p> <p>Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής</p> <p>Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης</p> <p>.....</p> <p>Άλλες...</p> <p>.....</p>
---	---

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

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον

Σχεδιασμός και διαχείριση ερευνητικών σχεδίων

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε θέματα φύλου

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

Συλλογή, επεξεργασία / ανάλυση και ερμηνεία πρωτογενών στοιχείων για τη λήψη αποφάσεων

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<ol style="list-style-type: none"> 1. Ανάλυση της έννοιας του branding 2. Εντοπισμός και σχεδιασμός των στοιχείων του branding 3. Ανάλυση και μέτρηση της έννοιας του brand equity 4. Branding και συμπεριφορά καταναλωτή 5. Σχεδιασμός και δομή του brand architecture 6. Branding και κοινωνικά δίκτυα 7. Branding και influencers 8. Story telling και branding 9. Στρατηγικές και τύποι Brand extensions 10. Στρατηγικές διεθνοποίησης του branding

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</p> <p>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο</p>
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</p> <p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην</p>	<p>Οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών θα αξιοποιηθούν ως ακολούθως:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κατά τη διάρκεια των διαλέξεων θα προβάλλεται

<p>Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p>	<p>οπτικοακουστικό υλικό.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οι φοιτητές θα παρακολουθήσουν βιντεοσκοπημένες παρουσιάσεις άλλων καθηγητών ή ομηλιτών • Διδακτικό υλικό θα είναι διαθέσιμο μέσω του διαδικτύου • Οι φοιτητές θα μάθουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και βάσεις δεδομένων για την αναζήτηση βιβλιογραφίας • Οι φοιτητές θα κατανοήσουν τη χρήση του διαδικτύου για τη συν-δημιουργία και έλεγχο της φήμης και εικόνας ενός brand <p>Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία με τους φοιτητές:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διαδικτυακή Πλατφόρμα του μαθήματος (μηνύματα, ανακοινώσεις) • Ανταλλαγή E-mails 												
<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>Δραστηριότητα</th> <th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Εκπόνηση ατομικής εργασίας</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Μελέτη</td> <td>59</td> </tr> <tr> <td>Εξετάσεις</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Σύνολο</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις	39	Εκπόνηση ατομικής εργασίας	40	Μελέτη	59	Εξετάσεις	2	Σύνολο	150
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου												
Διαλέξεις	39												
Εκπόνηση ατομικής εργασίας	40												
Μελέτη	59												
Εξετάσεις	2												
Σύνολο	150												
<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>	<p>- Γλώσσα αξιολόγησης ελληνική</p> <p>Η αξιολόγηση του μαθήματος γίνεται ως εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Ατομική εργασία που φέρει το 30% του τελικού βαθμού του μαθήματος ☒ Γραπτές τελικές εξετάσεις, που φέρουν το 70% του τελικού βαθμού του μαθήματος 												

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :

Almeyda-Ibáñez, M., & George, B. P. (2017). The evolution of destination branding: A review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(1), 9-17.

Buhalis, D., & Inversini, A. (2014). Tourism branding, identity, reputation co-creation, and word-of-mouth in the age of social media. In *Tourism management, marketing, and development* (pp. 15-40). Palgrave Macmillan, New

York.

Cai, L., Gartner, W. C., & Munar, A. M. (Eds.). (2009). *Tourism branding: communities in action*. Emerald Group Publishing.

Harish, R. (2010). Brand architecture in tourism branding: the way forward for India. *Journal of Indian Business Research*.

Kolb, B. (2017). *Tourism marketing for cities and towns: Using social media and branding to attract tourists*. Routledge.

Mandagi, D. W., & Centeno, D. D. (2021). Brand gestalt scale development and validation: A takeoff from tourism destination branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100539.

Moro, S., & Rita, P. (2018). Brand strategies in social media in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Annals of Tourism Research
- Journal of Hospitality and Tourism Research
- Journal of Hospitality & Tourism Marketing
- Journal of Hospitality & Tourism Management
- Journal of Brand Marketing
- Journal of Product & Brand Management
- Tourism Management Perspectives
- International Journal of Tourism Research
- Tourism Review
- International Journal of Hospitality Management