

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### (1) ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Οικονομικών, Επιχειρηματικών και Διεθνών Σπουδών		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΔΤΕ514	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ & ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<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		3	4
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>			
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνικά & Αγγλικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.unipi.gr/courses/ODE184/">https://eclass.unipi.gr/courses/ODE184/</a>		

### (2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<p><b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>  <i>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.</i></p> <p><i>Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>
<p>Με την επιτυχή ολοκλήρωση αυτού μαθήματος του προγράμματος σπουδών του ΠΜΣ MBA ΔΤ, ο φοιτητής θα είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Να <b>αναγνωρίζει</b> και να <b>περιγράφει</b> την έννοια και το περιεχόμενο της λειτουργίας του Μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις.</li> <li>• Να <b>αντιλαμβάνεται</b> την εφαρμογή του Μάρκετινγκ στον χώρο των υπηρεσιών με έμφαση στις τουριστικές και μεταφορικές υπηρεσίες.</li> <li>• Να <b>εφαρμόζει</b> τα βήματα της στρατηγικής Μάρκετινγκ σε τουριστικές και μεταφορικές επιχειρήσεις.</li> <li>• Να <b>αναπτύσσει</b> και να <b>εφαρμόζει</b> ένα πλάνο Μάρκετινγκ για έναν τουριστικό προορισμό ή μία τουριστική επιχείρηση.</li> <li>• Να <b>εφαρμόζει γνώσεις αιχμής</b> (πχ design thinking) στην κριτική επίλυση προβλημάτων τουριστικών και μεταφορικών επιχειρήσεων.</li> </ul>

### 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

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

.....

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 χρησιμότητα και εφαρμογή του Μάρκετινγκ στις σημερινές τουριστικές και μεταφορικές επιχειρήσεις.
- **Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις**, ιδιαιτέρως στο ευμετάβλητο περιβάλλον των διεθνών μεταφορών.
- **Λήψη αποφάσεων** για βασικές μεταβλητές της λειτουργίας Μάρκετινγκ μιας τουριστικής επιχείρησης.
- **Αυτόνομη εργασία**.
- **Σεβασμό στην διαφορετικότητα** μέσω της κατανόησης των διαφορετικών αναγκών κάθε πολιτισμικής ομάδας τουριστών και αναγνώριση των ιδιαίτερων προτιμήσεών τους σε υπηρεσίες και τουριστικές εμπειρίες.
- **Κριτική και πρωτότυπη σκέψη** για την εφαρμογή στρατηγικών και πολιτικών Μάρκετινγκ στον κλάδο του Τουρισμού.

### (3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το συγκεκριμένο μάθημα αφορά παρουσίαση της Επιστήμης του Μάρκετινγκ, ως ενός τομέα της Διοίκησης Τουριστικών και Μεταφορικών Επιχειρήσεων. Το Μάρκετινγκ ως μία σημαντική λειτουργία της Επιχείρησης, η οποία συμβάλλει ουσιαστικά στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, παρουσιάζεται μέσα από τις οικουμενικές του διαστάσεις αλλά και τις εμφάσεις που διαμορφώνονται στον κλάδο του τουρισμού και των μεταφορών.

Η εστίαση του μαθήματος είναι στην στρατηγική διάσταση του Μάρκετινγκ ως αλληλουχία τριών βασικών βημάτων, της Τμηματοποίησης της Τουριστικής Αγοράς, της Στόχευσης των πιο ελκυστικών Τμημάτων και της Τοποθέτησης της πρότασης Αξίας της Επιχείρησης στο μυαλό στοχευόμενων επισκεπτών.

Στη συνέχεια γίνεται παρουσίαση της λειτουργικής (functional) διάστασης του Μάρκετινγκ με έμφαση στα 7ps του Τουρισμού. Θίγονται όλες οι διαστάσεις ενός πλήρους πλάνου Μάρκετινγκ, αν και η έμφαση παραμένει στο Προϊόν, στην Προβολή και στην Διανομή της πρότασης αξίας.

#### (4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i>	Πρόσωπο με πρόσωπο														
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i>	Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία και στην Επικοινωνία με τους φοιτητές														
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> <i>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.</i>  <i>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS</i>	<table border="1"><thead><tr><th><b>Δραστηριότητα</b></th><th><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></th></tr></thead><tbody><tr><td>Διαλέξεις</td><td>24</td></tr><tr><td>Διαλέξεις (Μελέτες Περιπτώσεων &amp; Ασκήσεις &amp; Καταιγισμός Ιδεών)</td><td>10</td></tr><tr><td>Συγγραφή Εργασίας</td><td>40</td></tr><tr><td>Μελέτη</td><td>36</td></tr><tr><td>Εξετάσεις</td><td>2</td></tr><tr><td><b>Σύνολο Μαθήματος</b></td><td><b>112 ώρες</b></td></tr></tbody></table>	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>	Διαλέξεις	24	Διαλέξεις (Μελέτες Περιπτώσεων & Ασκήσεις & Καταιγισμός Ιδεών)	10	Συγγραφή Εργασίας	40	Μελέτη	36	Εξετάσεις	2	<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>112 ώρες</b>
	<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>													
Διαλέξεις	24														
Διαλέξεις (Μελέτες Περιπτώσεων & Ασκήσεις & Καταιγισμός Ιδεών)	10														
Συγγραφή Εργασίας	40														
Μελέτη	36														
Εξετάσεις	2														
<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>112 ώρες</b>														
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> <i>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</i>  <i>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</i>  <i>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</i>	<b>Γλώσσα Αξιολόγησης:</b> Ελληνικά & Αγγλικά <ul style="list-style-type: none"><li><b>Γραπτές Εξετάσεις:</b> Η γραπτή εξέταση βασίζεται σε ένα διεθνές case study από τη βάση του Harvard Business Publishing Education. Οι φοιτητές έχουν 20 μέρες να προετοιμάσουν το case study και να συντάξουν ένα PowerPoint με την ανάλυσή τους και τις προτάσεις τους. Στην βάση αυτής της ανάλυσης, την ημέρα της εξέτασης καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήματα σχετικά με το διανεμηθέν case study τα οποία δεν γνωρίζουν εκ των προτέρων. Το PowerPoint αναρτάται στο eclass την ημέρα της εξέτασης και πριν από αυτή και αποτελεί σημείο αναφοράς τόσο των φοιτητών όσο και του βαθμολογητή.</li><li><b>Γραπτή Εργασία:</b> Η γραπτή εργασία βασίζεται σε case study προηγούμενης τελικής εξέτασης και λειτουργεί τόσο ως προσομοίωση της εξέτασης όσο και μία πολύ αποτελεσματική μέθοδο μελέτης. Η εργασία παραδίδεται στο eclass και συζητιέται διεξοδικά, κατά τη διάρκεια των διαλέξεων, ως παράδειγμα και εφαρμογή της διδαχθείσας ύλης. Η αξιολόγηση των εργασιών γίνεται μέσα στην τάξη και η βαθμολόγησή τους παραδίδεται στον κάθε ένα φοιτητή ατομικά.</li></ul>														

## (5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Philip Kotler, John T. Bowen and Seyhmus Baloglu (2021) Marketing for Hospitality and Tourism, 8<sup>th</sup> Global Ed., Pearson Pub.
- Alastair M. Morrison (2022) Tourism Marketing: In the Age of the Consumer, 1st Ed., Routledge.
- Alan Fyall, Patrick Legohérel, Isabelle Frochot and Youcheng Wang (2019) Marketing for Tourism and Hospitality: Collaboration, Technology and Experiences, 1st Ed., Routledge.

- Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Tourism Management
- Annals of Tourism Research
- Journal of Travel & Tourism Marketing
- Journal of Travel Research
- Journal of Vacation Marketing