

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ (Πρώτος Κύκλος Σπουδών)		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο	
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
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	
Διαλέξεις	2	6	
Ασκήσεις Πράξης	2		
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	Δεν Υπάρχουν		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	Ελληνική		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	Όχι		
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 Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης

και Παράρτημα Β

- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται οι φοιτητές να έχουν τις

Γνώσεις ώστε να μπορούν να:

- Αναγνωρίζουν τις διαφορές που προκύπτουν μεταξύ του μάρκετινγκ υπηρεσιών και προϊόντων
- Περιγράφουν τους βασικούς ορούς του μάρκετινγκ υπηρεσιών και την σημασία τους στις τουριστικές επιχειρήσεις

Δεξιότητες ώστε να μπορούν να:

- Εξηγούν τον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες/ταξιδιώτες παίρνουν αποφάσεις καταναλωτικής φύσεως
- Εξηγούν την αλυσίδα προστιθέμενης αξίας, και πώς οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να προσθέσουν αξία στις υπηρεσίες τους μέσα από τις προτιμήσεις των καταναλωτών

Ικανότητες ώστε να μπορούν να:

- Σχεδιάζουν κατάλληλα εργαλεία έρευνας μάρκετινγκ για συλλογή πληροφοριών σχετικά με την ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών.

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;

Το μάθημα αποσκοπεί σε :

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Αυτόνομη εργασία

3. ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Διαφορές στο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και Προϊόντων
- Ποιότητα Υπηρεσιών
- Εξυπηρέτηση Πελατών
- Διοίκηση του Ανθρώπινου Παράγοντα και η Οπτική του Μάρκετινγκ
- Έρευνα Τουριστικής Αγοράς
- Ο Ρόλος της Οργάνωσης των Διαδικασιών Εξυπηρέτησης στη Διαμόρφωση της Εμπειρίας του Πελάτη
- Διοίκηση του Χαρτοφυλακίου μιας Τουριστικής Επιχείρησης
- Τιμολόγηση Υπηρεσιών
- Τεχνικές Επικοινωνίας
- Διοίκηση Διανομής Υπηρεσιών Τουριστικών Επιχειρήσεων

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	Στην τάξη πρόσωπο με πρόσωπο Μέσω εξειδικευμένου λογισμικού υποστήριξης μαθησιακής διαδικασίας (e-class)	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	Χρήση του πίνακα Χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class	
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 ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)	80
	Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	20
	Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	20
	Αυτοτελής Μελέτη	30
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ 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 /	Γλώσσα αξιολόγησης Ελληνική Η αξιολόγηση θα γίνεται με : (Α):Γραπτή τελική εξέταση (80% του βαθμού): Οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν σε μια σειρά από ερωτήσεις που θα καλύπτουν το σύνολο της	

<p>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>διδαχθείσας ύλης του μαθήματος. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής • Ερωτήσεις κρίσεως • Επίλυση προβλημάτων σχετικών με ποσοτικά δεδομένα • Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας <p>(B): Ατομική εργασία (20% του βαθμού): Οι φοιτητές θα καλούνται να γράψουν ένα ακαδημαϊκό κείμενο (κατάλληλα δομημένο με βιβλιοαναφορές, και σχολιασμο) πάνω σε ένα θέμα σχετικό με την ύλη του μαθήματος</p> <p>Η αξιολόγηση των φοιτητών είναι προσβάσιμη από αυτούς για επεξηγήσεις αναφορικά με την βελτίωση τους</p>
--	--

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kotler P., Bowen J., Makens J., Baloglu S., (2019), «Μάρκετινγκ Τουρισμού & Φιλοξενίας», Εκδόσεις Broken Hill Publishers, [Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 86056097], ISBN: 9789925575411 ▪ Γούναρης Σ., Καραντινού Κ., (2014, 3η Έκδοση), «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών», Εκδοτικός Οίκος Rosili, [Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 41963319], ISBN: 978-960-7745-39-2
