

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	Επιστημών Διοίκησης και Οικονομίας		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό (Πρώτος Κύκλος Σπουδών)		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	0800.6.003. 0	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	6 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
<b>ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ</b>	4	6	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Δεν Υπάρχουν		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Όχι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.hmu.gr/courses/BAT180/">https://eclass.hmu.gr/courses/BAT180/</a>		

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### *Μαθησιακά Αποτελέσματα*

Ο σκοπός του μαθήματος είναι διττός. Αφενός, το μάθημα στοχεύει στην παροχή εξειδικευμένων γνώσεων αναφορικά με την εφαρμογή των βασικών εργαλείων και λειτουργιών της επιστήμης του μάρκετινγκ στις τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα (εστίαση στις διαφορές μεταξύ 'παραδοσιακού' και τουριστικού μάρκετινγκ). Αφετέρου, στοχεύει στην εξοικείωση των φοιτητών με πρακτικές γνώσεις που θα τους βοηθήσουν να κατανοήσουν τις λειτουργίες και αποφάσεις των επιχειρήσεων στο τουριστικό κλάδο/βιομηχανία.

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 ερευνάς μάρκετινγκ για συλλογή πληροφοριών σχετικά με την ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών
- Σχεδιάζουν κατάλληλες πολιτικές και διαδικασίες, με σκοπό τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τις τουριστικές επιχειρήσεις
- Αξιολογούν τη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, βασισμένοι σε κοινά αποδεκτά κριτήρια και νόρμες

#### *Γενικές Ικανότητες*

*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. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Ο Τουρισμός Σαν Σύνολο Υπηρεσιών – Η Σημασία του Μάρκετινγκ – MA 1
- Ποιότητα Υπηρεσιών – MA 1
- Εξυπηρέτηση Πελατών – MA 2
- Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων στις Υπηρεσίες – MA 3
- Διοίκηση Χαρτοφυλακίου Υπηρεσιών – MA 3
- Τιμολόγηση Υπηρεσιών Τουρισμού – MA 5
- Οργάνωση και Διοίκηση Εξυπηρέτησης Πελατών – MA 3
- Τεχνικές Επικοινωνίας Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών – MA 4
- Διοίκηση Διανομής για Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών – MA 4
- Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών – MA 5 & MA 3
- Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Η Περίπτωση της Περιφέρειας Κρήτης – MA 5 & MA 3

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>	Στην τάξη πρόσωπο με πρόσωπο Μέσω εξειδικευμένου λογισμικού υποστήριξης μαθησιακής διαδικασίας (e-class)													
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Χρήση του πίνακα</li> <li>▪ Χρήση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας e-class</li> </ul>													
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Δραστηριότητα</th> <th>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Αυτοτελής Μελέτη</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>		Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου	Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)	55	Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	30	Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	25	Αυτοτελής Μελέτη	40	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150
Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου													
Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)	55													
Μικρές ατομικές εργασίες εξάσκησης	30													
Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	25													
Αυτοτελής Μελέτη	40													
Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα)	150													
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>	<p>Γλώσσα αξιολόγησης Ελληνική</p> <p>Η αξιολόγηση θα γίνεται με:</p> <p>(Α):Γραπτή τελική εξέταση (70% του βαθμού): Οι φοιτητές καλούνται να απαντήσουν σε μια σειρά από ερωτήσεις που θα καλύπτουν το σύνολο της διδαχθείσας ύλης του μαθήματος. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν:</p>													

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> <li>● Ερωτήσεις κρίσεως</li> <li>● Επίλυση προβλημάτων σχετικών με ποιοτικά δεδομένα</li> <li>● Συγκριτική αξιολόγηση στοιχείων θεωρίας</li> </ul> <p>(B): Ατομική εργασία (30% του βαθμού): Οι φοιτητές θα καλούνται να γράψουν ένα ακαδημαϊκό κείμενο (κατάλληλα δομημένο με βιβλιοαναφορές, και σχολιασμό) 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

### Προτεινόμενη Βιβλιογραφία:

- Kotler P., Bowen J., Makens J., Baloglu S., (2019), «Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας», Εκδόσεις Broken Hill: Αθήνα
- Γούναρης Σ., και Καραντινού Κ., (2015, 3<sup>η</sup> Έκδοση), «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών», Εκδοτικός Οίκος Rosili: Αθήνα
- Wirtz J., Lovelock V., (2018), «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (Άνθρωποι, Τεχνολογία Στρατηγική)», Εκδόσεις Δισίγμα IKE: Αθήνα
- Αυλωνίτης Γ., Τσιότσιου Ρ., Γούναρης Σ., (2015), «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών», Broken Hill Publishers

### Συναφή επιστημονικά περιοδικά:

- Boston Hospitality Review
- Services Industries Marketing