

## 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>	0800.8.008.0	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8ο
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Διαχείριση Ταυτότητας για Προορισμούς και Τουριστικές Επιχειρήσεις		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις και Ασκήσεις Πράξης	4	6	
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ</b>	Όχι		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	Ελληνική		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	Ναι		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://eclass.hmu.gr/courses/BAT123/">https://eclass.hmu.gr/courses/BAT123/</a>		

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>
<p>Στόχος του μαθήματος είναι να εφοδιάσει τους φοιτητές με τις βασικές γνώσεις, τεχνικές και δεξιότητες που απαιτούνται για τη στρατηγική διαχείριση ταυτότητας προορισμών και τουριστικών επιχειρήσεων, ώστε να μπορέσουν να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο ένα ειδικός στο χώρο θα μπορέσει να διαχειριστεί επιτυχώς το πολυεπίπεδο χαρακτήρα ενός προορισμού και την πολυπλοκότητα της ταυτότητας προορισμού και τουριστικής επιχείρησης.</p> <p>Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος αναμένεται οι φοιτητές να έχουν τις:</p> <p><b>Γνώσεις</b> ώστε να μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Οριοθετούν εννοιολογικά την έννοια του branding</li> <li>● Κατανοούν τη σημασία για την εφαρμογή σχεδίων δημιουργίας ταυτότητας σε τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικούς προορισμούς.</li> </ul> <p><b>Δεξιότητες</b> ώστε να μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Αξιολογούν το ρόλο των Οργανισμών Διαχείρισης Προορισμών στην στρατηγική διαχείρισης ταυτότητας προορισμών</li> <li>● Αναλύουν με κριτική σκέψη τα διάφορα σχέδια branding που αναπτύσσονται από επιχειρήσεις και προορισμούς.</li> </ul> <p><b>Ικανότητες</b> ώστε να μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Σχεδιάσουν και να υλοποιούν σχέδια branding για τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς.</li> </ul>
<b>Γενικές Ικανότητες</b>
<p>Το μάθημα αποσκοπεί στην απόκτηση των παρακάτω γενικών ικανοτήτων:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών</li> </ul>

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Ομαδική εργασία
- Αυτόνομη εργασία
- Λήψη αποφάσεων
- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών
- Άσκηση Κριτικής
- Εργασία σε διεπιστημονικό και διεθνές περιβάλλον

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα περιλαμβάνει τις παρακάτω θεματικές ενότητες:

- Η έννοια της μάρκας (brand, brand name, λογότυπο, trademark, slogan, χαρακτήρας, συσκευασία, jingles)
- Ενωσιολογική οριοθέτηση και βασικές έννοιες στο branding (brand identity, brand image, brand personality, brand loyalty, brand equity, brand awareness, brand positioning)
- Ο ρόλος και η σημασία της εταιρικής ταυτότητας
- Διαχείριση και προώθηση της εταιρικής ταυτότητας
- Τουριστικοί προορισμοί
- Οργανισμοί Διαχείρισης Τουριστικών Προορισμών
- Διαχείριση ταυτότητας τουριστικών προορισμών
- Η διαχρονική ταυτότητα της Ελλάδας μέσα από οπτικές αναπαραστάσεις και σύμβολα
- Μελέτες περίπτωσης από τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς

### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>	Στην τάξη πρόσωπο με πρόσωπο												
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρήση εξειδικευμένου λογισμικού υποστήριξης μαθησιακής διαδικασίας (e-class)</li> <li>• Χρήση video</li> <li>• Οι παρουσιάσεις πραγματοποιούνται με χρήση Power Point.</li> <li>• Ηλεκτρονική επικοινωνία με το διδάσκοντα μέσω e-mail</li> </ul>												
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th><i>Δραστηριότητα</i></th> <th><i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>Μικρές ατομικές εργασίες – ομαδικές εργασίες</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Αυτοτελής Μελέτη</td> <td>56</td> </tr> <tr> <td>Σύνολο Μαθήματος</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>	Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)	52	Μικρές ατομικές εργασίες – ομαδικές εργασίες	30	Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	12	Αυτοτελής Μελέτη	56	Σύνολο Μαθήματος	150
<i>Δραστηριότητα</i>	<i>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</i>												
Διαλέξεις (Θεωρία και Ασκήσεις)	52												
Μικρές ατομικές εργασίες – ομαδικές εργασίες	30												
Μελέτη και ανάλυση βιβλίων και άρθρων	12												
Αυτοτελής Μελέτη	56												
Σύνολο Μαθήματος	150												
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>	<p>Η αξιολόγηση των φοιτητών θα γίνεται με :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Γραπτή τελική εξέταση (70-100% του βαθμού): θέματα κρίσεως για ανάπτυξη/ ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li> <li>• Προαιρετική Ατομική/Ομαδική Εργασία (30% του βαθμού) και παρουσίαση της εργασίας στην τάξη</li> </ul> <p>Το αποτέλεσμα της αξιολόγησης των φοιτητών (βαθμολογία) είναι προσβάσιμο από αυτούς</p>												

### 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

**Προτεινόμενη Βιβλιογραφία :**

- Karferer, J.N. (2013). Διοίκηση Μάρκας. Σύγχρονες Στρατηγικές. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Δέφνερ, Α. και Καραχάλης, Ν. (2012). Marketing και Branding Τόπου. Εταιρεία Αξιοποίησης και Διαχείρισης Περιουσίας Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.
- Μήλιος, Α. (2020). Εταιρική ταυτότητα και εικόνα. Αθήνα: Κριτική.
- Μητούλα, Ρ. Και Καλδής, Π. (2018). City Branding και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2019). Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αρχές και Πρακτικές. Broken Hill Publishers.
- Βάζου, Ε. (2018). Διαδικτυακή διαφήμιση και κατασκευή τουριστικών προορισμών. Η περίπτωση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Διδακτορική Διατριβή. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

**Συναφή επιστημονικά περιοδικά:**

- Journal of Destination Marketing & Management
- Journal of Place Branding and Public Diplomacy
- Journal of Product & Brand Management
- Journal of Brand Management