

Απονεμόμενο πτυχίο: BA Honours στον Τουρισμό και Μάρκετινγκ	<p>κρίνεται σε αυτήν ακριβώς την ανάγκη της Τουριστικής Βιομηχανίας για την δημιουργία στελεχών με υψηλές δεξιότητες στο χώρο του μάρκετινγκ. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες του τουριστικού κλάδου εξαρτώνται άμεσα από την διαχείριση μάρκετινγκ προκειμένου να στήνονται, να προωθούνται, και να πωλούνται αποτελεσματικά. Ως απόφοιτοι του συγκεκριμένου προγράμματος, μπορείτε να εργαστείτε σε οποιοδήποτε τομέα της Τουριστικής Βιομηχανίας, όπως π.χ. Υπεύθυνος Μάρκετινγκ Ξενοδοχειακής μονάδας, Οργάνωση και Διαχείριση Επιχειρησιακών και Τουριστικών Εκδηλώσεων, Υπεύθυνος /Brand Manager συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος/υπηρεσίας. Ταυτόχρονα, μπορείτε να εργαστείτε σε οποιοδήποτε, συναφή με τον τουρισμό, κλάδο, όπως είναι οι μεταφορές, η ψυχαγωγία κτλ.</p>
Απονεμόμενοι τίτλοι σπουδών: <ul style="list-style-type: none"> • BA (Honours) in Tourism and Marketing • BA in Tourism and Marketing • Diploma of Higher Education • University Diploma • Certificate of Higher Education • University Certificate 	
Ακαδημαϊκό Τμήμα: Επιχειρησιακών και Οικονομικών Επιστημών	<p>Προοπτικές για Μεταπτυχιακές Σπουδές: Ως απόφοιτοι του τμήματος Τουρισμού και Μάρκετινγκ, έχετε τη δυνατότητα να συνεχίσετε τις σπουδές σας τόσο μεταπτυχιακό όσο και διδακτορικό επίπεδο. Όσον αφορά στα μεταπτυχιακά, μπορείτε να ακολουθήσετε κάποιο μεταπτυχιακό ειδίκευσης (MSc – MA) σε τομείς όπως είναι το μάρκετινγκ, τα χρηματοοικονομικά, η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού, η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας (Logistics), αλλά και MBAs καθώς πρόκειται, ήδη, για ένα εξειδικευμένο τμήμα. Πολύ απλά, έχετε την δυνατότητα να εξειδικευθείτε ακόμη περισσότερο στο αντικείμενό σας ή να επιλέξετε να διευρύνετε τις γνώσεις, δεξιότητες και τίτλους ακολουθώντας ένα διαφορετικό περιεχόμενο διοικητικό μεταπτυχιακό. Το πρόγραμμα παρέχει ακριβώς αυτή τη δυνατότητα εφόσον αυτά τα αντικείμενα καλύπτονται σε βασικό επίπεδο από το πρόγραμμα σπουδών και ο υποψήφιος έχει την ευκαιρία να τα γνωρίσει και να επιλέξει για μεταπτυχιακό αυτό που ταιριάζει περισσότερο στις ανάγκες και τις φιλοδοξίες του.</p>
Τομείς Μαθημάτων: <ul style="list-style-type: none"> • Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων • Μάρκετινγκ και Τουριστικό Μάρκετινγκ • Οικονομικά • Λογιστική • Φιλοξενία και Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων • Τουριστικός Σχεδιασμός και Ανάπτυξη • Διαχείριση Εκδηλώσεων • Ανάλυση Τουριστικών Δεδομένων 	
Προϋποθέσεις Εγγραφής: Απολυτήριο Γενικού Λυκείου ή αντίστοιχος τίτλος	
Διάρκεια σπουδών: Το πρόγραμμα έχει τριετή διάρκεια και είναι πλήρους φοίτησης. Τα μαθήματα διεξάγονται τα πρώτα 2 έτη στα Ελληνικά, ενώ το τρίτο στα Αγγλικά.	
Επαγγελματικές προοπτικές: Το συγκεκριμένο πρόγραμμα σπουδών ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ανάγκη της αγορά για καταρτισμένα στελέχη στο χώρο των Τουριστικών Υπηρεσιών. Ο συγκεκριμένος κλάδος γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη με την δημιουργία συνεχώς διαφοροποιημένων υπηρεσιών και προϊόντων. Αποφοιτώντας από το συγκεκριμένο πρόγραμμα θα έχετε την δυνατότητα να εργαστείτε στην Τουριστική Βιομηχανία με ειδικευση στο Μάρκετινγκ. Το σύγχρονο μάρκετινγκ αποτελεί κύριο παράγοντα επιτυχία σε άκρας ανταγωνιστικές αγορές όπως αυτή του Τουρισμού. Συνεπώς, το συγκεκριμένο πρόγραμμα ανταπο-	

Στόχοι του Προγράμματος:

Βασικός στόχος του προγράμματος είναι να σας προετοιμάσει για την αυξανόμενη αγορά εργασίας του τουρισμού όπου έχει ανάγκη για εξειδικευμένα στελέχη στο τομέα του Μάρκετινγκ. Ο κλάδος του τουρισμού απαιτεί υψηλές δεξιότητες μάρκετινγκ από τα υποψήφια στελέχη. Ο υψηλός βαθμός διαφοροποίησης προϊόντων και υπηρεσιών, το Ελληνικό περιβάλλον και οι αυξανόμενοι αριθμοί των Ελλήνων που ταξιδεύουν στο εξωτερικό καθιστούν το μάρκετινγκ κύριο παράγοντα επιτυχίας στην τουριστική βιομηχανία και απαραίτητο γνωστικό χαρακτηριστικό των υποψήφιων στελεχών. Στο πρόγραμμα αυτό συνδυάζονται οι σύγχρονες αρχές μάρκετινγκ με τις σύγχρονες γνώσεις του τουρισμού, ενώ ταυτόχρονα η διοίκηση επιχειρήσεων, η διοίκηση ανθρώπινων πόρων, η στρατηγική, τα οικονομικά αποτελούν σημαντικούς πυλώνες του προγράμματος. Μέσω του συγκεκριμένου προγράμματος, τα αυριανά στελέχη αναπτύσσουν τις γνώσεις και τις τεχνικές τους, ενώ καλλιεργούν τις απαραίτητες δεξιότητες που μπορούν να εφαρμόζουν σε κάθε περίπτωση και εταιρεία που θα βρεθούν. Το άκρας ανταγωνιστικό περιβάλλον του τουρισμού απαιτεί στελέχη καταρτισμένα, πρακτικά δοκιμασμένα, με σύγχρονες γνώσεις που να αποδίδουν υψηλά υπό καθεστώς πίεσης. Σε αυτήν ακριβώς την ανάγκη ανταποκρίνεται το συγκεκριμένο πρόγραμμα εστιάζοντας κυρίως στο Μάρκετινγκ.

Πρόγραμμα Σπουδών:

1ο Έτος:

Στο πρώτο έτος έρχεστε σε επαφή με τα βασικά γνωστικά αντικείμενα ενός μοντέρνου διοικητικού/επιχειρησιακού προγράμματος σπουδών. Λαμβάνετε τις βασικές γνώσεις Οικονομίας, Μάρκετινγκ, Χρηματοοικονομικών, Τουρισμού, Πληροφορικής Τεχνολογίας και Νομικών θέτοντας τις βάσεις για πιο εξειδικευμένα μαθήματα που θα ακολουθήσουν. Παράλληλα, μέσω του μαθήματος «Σχεδιασμός Προσωπικής Ανάπτυξης» κατανοείτε και αναπτύσσετε τις προσωπικές σας δεξιότητες και κατάρτιζετε το προσωπικό σας σχέδιο δράσης για τα επόμενα έτη.

2ο Έτος:

Στο δεύτερο έτος εστιάζετε σε πιο εξειδικευμένα μαθήματα που έχουν να κάνουν με την επιχειρηματικότητα, το μάρκετινγκ, την έρευνα, τον τουρισμό και τα οικονομικά. Ιδιαίτερα, όσον αφορά στο μάρκετινγκ, έχετε ένα ετήσιο υποχρεωτικό μάθημα το οποίο μέσω πρακτικών εργασιών, πραγματικών μελετών περιπτώσεων και σύγχρονων τεχνικών σας δίνει μια πραγματική οπτική του χώρου στον οποίο θα εργαστείτε. Εδώ αναπτύσσετε μέσω της μεθοδολογίας των μαθημάτων και τις πρακτικές σας γνώσεις ταυτόχρονα με την καλλιέργεια της κριτικής ανάλυσης μιας κατάστασης.

3ο Έτος:

Στο τρίτο έτος έχετε δύο ετήσια μαθήματα – την Έρευνα Μάρκετινγκ και την Διαχείριση Αλλαγών με έμφαση στον τουριστικό κλάδο – και ορισμένα εξαμηνιαία της επιλογής σας τα οποία ασχολούνται κυρίως με σύγχρονα θέματα τουρισμού και μάρκετινγκ. Ταυτόχρονα, δίνεται η ευκαιρία να εκπονήσετε διπλωματική διατριβή, μια επιστημονική εργασία σε συνεργασία με έναν υπεύθυνο Καθηγητή η οποία θα ερευνήσει σε βάθος ένα συναφές με τον τίτλο σπουδών σας αντικείμενο, προκειμένου να καταλήξετε σε σημαντικά θεωρητικά και πρακτικά συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα, μέσω αυτής της διαδικασίας, θα διδαχτείτε την επιστημονική μεθοδολογία δουλειάς σε μεγάλη κλίμακα και ταυτόχρονα θα διευρύνετε σημαντικά τις γνώσεις αναφορικά με τον γνωστικό αντικείμενο που διαλέξατε. Η επιλογή σας μπορεί να αφορά ένα θέμα το οποίο σας αρέσει, εργάζεστε ήδη πάνω σε αυτό και που επιθυμείτε να αποκτήσετε εξειδίκευση.

Δομή του Προγράμματος Σπουδών:**1ο Έτος****Α' Εξάμηνο**

- Εισαγωγή στην Μικροοικονομική Α (Introduction to Microeconomics A)
- Αρχές Μάρκετινγκ 1 (Principles of Marketing 1)
- Κατανόηση και Ερμηνεία Χρηματοοικονομικών Στοιχείων (Understanding and Interpreting Financial Data)
- Εισαγωγή στον Τουρισμό (Aspects of Tourism)
- Σχεδιασμός Προσωπικής Εξέλιξης (Personal Development Planning)

Β' Εξάμηνο

- Εισαγωγή στις Ποσοτικές Μεθόδους Β (Introduction to Quantitative methods B)
- Αρχές Μάρκετινγκ 2 (Principles of Marketing 2)
- Τουριστική και Ταξιδιωτική Γεωγραφία (Geography of Travel and Tourism)
- Πληροφοριακά Συστήματα για την Επιχείρηση (I.T. for Business B)

2ο Έτος**Α' & Β' Εξάμηνο**

- Σχεδιασμός Μάρκετινγκ στην Πράξη (Marketing Planning in Practice)

Α' Εξάμηνο

- Θεμελιώδεις Αρχές Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (Principles of Services Marketing)
- Τουριστική Βιομηχανία (Tourism Industry and Enterprise)
- Τουριστική Αγορά: Συμπεριφορά και Κίνητρο (The Tourist Market: Behaviour and Motivation)
- Απασχολησιμότητα και Επιχειρηματικότητα (Employability and Entrepreneurship)

Β' Εξάμηνο

- Ψυχολογία και Συμπεριφορά του Καταναλωτή (Psychology and Consumer Behaviour)
- Στοιχεία Δικαίου Τουριστικής Βιομηχανίας (Aspects of Law for the Tourism Industry)
- Τουριστική Οικονομία (Economics of Tourism)

3ο Έτος

Α' & Β' Εξάμηνο

- Διαχείριση Αλλαγών και Προκλήσεων στον Τουρισμό (Managing Change and Challenges in Tourism)
- Κοινωνική Έρευνα - Έρευνα Αγοράς (Market and Social Research)
- Επικοινωνίες Μάρκετινγκ (Marketing Communications)
- Πτυχιακή Εργασία - Τουρισμός (Dissertation-Tourism)

Α' Εξάμηνο

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Αειφόρο Μάρκετινγκ (Corporate Social Responsibility and Sustainable Marketing)
- Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Small Business Management)
- Σχεδιασμός Τουριστικών Προορισμών (Tourist Destination Planning)

Β' Εξάμηνο

- Φεστιβάλ και Εκδηλώσεις (Festivals and Events)
- Ηθική Διεθνούς Μάρκετινγκ και Κουλτούρα (Global Marketing Ethics and Culture)

Υποστήριξη των σπουδών σας:

Κατά τη διάρκεια των σπουδών σας στο IST υποστηρίζετε από ένα σύστημα ειδικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων συμπεριλαμβανομένης της Βιβλιοθήκης, του Κέντρου Υπολογιστών, του Προγράμματος Ερευνητικών Μεθόδων και Δεξιοτήτων, του Προσωπικού Ακαδημαϊκού Συμβούλου καθώς και εξειδικευμένου ακαδημαϊκού και διοικητικού προσωπικού οι οποίοι χειρίζονται θέματα ακαδημαϊκού & οικονομικού ενδιαφέροντος, νομικά, κανονισμών του Πανεπιστημίου, μεταπτυχιακών σπουδών και ευκαιριών εργασίας.

1ο Έτος

A Εξάμνο

Introduction to Microeconomics A (Εισαγωγή στην Μικροοικονομική A)

Η Μικροοικονομική ασχολείται με τη συμπεριφορά των επιμέρους επιχειρήσεων, κλάδων, αγορών και καταναλωτών αναφορικά με την οικονομική τους δραστηριότητα. Η Μικροοικονομική ασχολείται με τις επιλογές που γίνονται μέσα στο πλαίσιο του μηχανισμού της αγοράς. Εξετάζεται η φύση των αγορών, καθώς και η ζήτηση και προσφορά αγαθών και υπηρεσιών, τα κόστη παραγωγής που συνδέονται με την προσφορά καθώς και την διαφορετική δομή των κλάδων. Το μάθημα εξετάζει την έννοια των συντελεστών παραγωγής. Εξετάζεται, επίσης, ο παρεμβατικός ρόλος των κυβερνήσεων στις αγορές και ιδιαίτερα εκεί όπου οι μηχανισμοί της αγοράς θεωρείται ότι επιφέρουν ανεπιθύμητα αποτελέσματα.

Understanding and Interpreting Financial Data (Κατανόηση και Ερμηνεία Χρηματοοικονομικών Στοιχείων)

Το μάθημα παρέχει μια εισαγωγή στη λογιστική από την σκοπιά του διοικητικού στελέχους και αποτελεί πολύτιμη γνωστική εμπειρία τόσο για όσους επιθυμούν να ειδικευθούν στο συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο όσο και για όσους δεν επιθυμούν εξειδίκευση. Δεν απαιτείται προηγούμενη γνώση. Εισάγονται οι έννοιες της συλλογής και παρουσίασης λογιστικών πληροφοριών, τόσο για τη διοίκηση της επιχείρησης όσο και για τους μετόχους και άλλους εξωτερικούς φορείς. Αναλύονται τρόποι χρήσης και ερμηνείας των δημοσιευμένων οικονομικών πληροφοριών. Παρουσιάζεται και αναλύεται η χρήση των λογιστικών στοιχείων στις λειτουργίες του προϋπολογισμού, ελέγχου και λήψης αποφάσεων.

Principles of Marketing 1 (Αρχές Μάρκετινγκ 1)

Το συγκεκριμένο μάθημα, το οποίο δεν προϋποθέτει γνώσεις μάρκετινγκ, έχει ως στόχο να εισάγει βασικές έννοιες-κλειδιά του μάρκετινγκ σε όσους επιθυμούν να εξειδικευθούν στο αντικείμενο αλλά και σε όσους δεν επιθυμούν εξειδίκευση. Εξετάζει το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και το ρόλο του μάρκετινγκ στο πλαίσιο της επιχείρησης, ώστε να γίνει κατανοητό το πλαίσιο μέσα στο οποίο δρουν τα στελέχη του μάρκετινγκ, καθώς και τις διαφορετικές δραστηριότητες που εμπίπτουν στον όρο «μάρκετινγκ». Βασικές έννοιες για την κατανόηση του μάρκετινγκ αναλύονται όπως οι μεταβλητές του μείγματος μάρκετινγκ, η τμηματοποίηση, η στόχευση και η τοποθέτηση, η ανάλυση του μείγματος μάρκετινγκ των υπηρεσιών και η αγοραστική συμπεριφορά.

Aspects of Tourism (Εισαγωγή στον Τουρισμό)

Το συγκεκριμένο μάθημα θέτει τις βάσεις στις οποίες στηρίζεται ο Τουρισμός αναλύοντας όλες τις πτυχές της ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας. Σε αυτό το πλαίσιο, εξετάζονται τυχόν αλλαγές στη δομή επιχειρήσεων που σχετίζονται με μεταφορές, διαμονή και ταξιδιωτικούς πράκτορες. Επιπλέον, μελετώνται τα χαρακτηριστικά των τουριστών και των τουριστικών καταλυμάτων. Οι πτυχές αυτές λαμβάνονται υπόψη στην αντιμετώπιση θεμάτων αναφορικά με τον τουριστικό προγραμματισμό και τη διαχείρισή του. Εισάγονται ευρύτερες θεωρίες διοίκησης με στόχο την εξοικείωση των σπουδαστών με τον τομέα υπηρεσιών. Τέλος, αναλύονται σχετικοί ορισμοί και ορολογία.

Personal Development Planning (Σχεδιασμός Προσωπικής Εξέλιξης)

Το συγκεκριμένο μάθημα παρέχει στους σπουδαστές τη δυνατότητα να αναπτύξουν τον σχεδιασμό της προσωπικής τους εξέλιξης. Το μεγαλύτερο μέρος του μαθήματος θα γίνει μέσω υλικού διαθέσιμου στο Studynet. Οι πληροφορίες που ανταλλάσσονται στα πλαίσια του μαθήματος είναι και παραμένουν εμπιστευτικές. Υποστηρικτές διαλέξεις γίνονται τις δύο πρώτες εβδομάδες της ακαδημαϊκής χρονιάς καθώς και στη λήξη της. Το μάθημα έχει ως στόχο να βοηθήσει τους σπουδαστές να βελτιώσουν τις ικανότητες τους (επικοινωνία, διάνοηση, διαπροσωπικές σχέσεις, διαχείριση προσωπικών δυνατοτήτων, διαχείριση επαγγελματικής σταδιοδρομίας, πρακτικές δεξιότητες) καθώς και να σχεδιάσουν μελλοντικά στάδια της εξέλιξης τους.

B Εξάμηνο

Introduction to Quantitative methods B (Εισαγωγή στις Ποσοτικές Μεθόδους B)

Το μάθημα αυτό εισάγει τους σπουδαστές σε ένα εύρος ποσοτικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται στην διοίκηση. Από τα μαθηματικά, μόνο βασική γνώση στοιχειώδους άλγεβρας απαιτείται. Ορισμένα από τα θέματα που καλύπτονται είναι τα εξής: Επανάληψη στη γραμμική άλγεβρα, γραμμικές και δευτεροβάθμιες εξισώσεις και εφαρμογές αυτών για τον προσδιορισμό του νεκρού σημείου, σύνθετη κεφαλαιοποίηση και υπολογισμός παρούσας αξίας, προεξόφληση τίτλων, αξιολόγηση επενδύσεων βάσει των μεθόδων της καθαρής παρούσας αξίας και του εσωτερικού βαθμού απόδοσης, περιγραφικά στατιστικά μέτρα, παρουσίαση αριθμητικών δεδομένων μέσω πινάκων και διαγραμμάτων, αριθμοδείκτες, πιθανότητες, κανονική κατανομή, δειγματοληψία και στατιστική σημαντικότητα, διαστήματα εμπιστοσύνης, συσχέτιση, παλινδρόμηση, προβλέψεις με τη χρησιμοποίηση της ανάλυσης χρονολογικών σειρών. Η χρήση προγραμμάτων όπως το Excel λειτουργεί υποστηρικτικά στο μάθημα.

Principles of Marketing 2 (Αρχές Μάρκετινγκ 2)

Το συγκεκριμένο μάθημα αποτελεί συνέχεια του μαθήματος «Αρχές του Μάρκετινγκ 1» και αναλύει σε βάθος τις βασικές έννοιες του μείγματος μάρκετινγκ και των υπολοίπων θεωριών. Στο περιεχόμενο του μαθήματος καλύπτονται επίσης έννοιες διεθνών πρακτικών. Οι σπουδαστές θα εργασθούν σε ομάδες ώστε να αναπτύξουν τα στοιχεία του μείγματος και να στοιχειοθετήσουν τις επιλογές τους. Θα υπάρξει καθοδήγηση των σπουδαστών καθ'όλη την διάρκεια του μαθήματος. Θα αποκτηθούν, τέλος, οι απαραίτητες ικανότητες για τη συλλογή στοιχείων μέσα από έρευνες μάρκετινγκ καθώς και η χρησιμοποίηση αυτών προκειμένου να γίνει κατανοητός ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και η παρακολούθηση του μείγματος μάρκετινγκ. Το συγκεκριμένο μάθημα θα αποτελέσει επίσης τη βάση για μελλοντικά μαθήματα.

I.T. for Business B (Πληροφορικά Συστήματα για την Επιχείρηση)

Το μάθημα διαπραγματεύεται τη φύση και τις δυνατότητες των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των συστημάτων και τεχνολογιών επικοινωνίας καθώς και τους τρόπους που μπορεί να βοηθήσει η τεχνολογία της πληροφορικής στην επίλυση προβλημάτων στη σφαίρα μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Ορισμένα από τα θέματα που καλύπτονται στα πλαίσια του μαθήματος είναι τα εξής: Εισαγωγή στους Η/Υ και την τεχνολογία της πληροφόρησης, η Εποχή της Πληροφορίας, η Κοινωνία της Πληροφορίας, Δεδομένα και πληροφορίες, γενικές τάσεις και σύγκλιση των τεχνολογιών, συστήματα Η/Υ, οι διάφοροι τύποι Η/Υ, η τεχνολογία των Η/Υ, λογισμικό συστήματος και λογισμικό εφαρμογών, υλικό μέρος (ΚΜΕ, κύρια μνήμη, μονάδες εισόδου και εξόδου, δευτερεύουσες μνήμες), δίκτυα και είδη δικτύων, πολυμέσα, διαδίκτυο και σχετικές έννοιες, προγράμματα εφαρμογών, κατασκευή ιστοσελίδας, κατανεμημένα συστήματα, ηλεκτρονικό εμπόριο, ασφάλεια υπολογιστικών συστημάτων, βάσεις δεδομένων, νομικές παράμετροι, πληροφοριακά συστήματα, ανάλυση και σχεδιασμός συστημάτων, αναπτυσσόμενες τεχνολογίες, σύγχρονες τάσεις.

Geography of Travel and Tourism (Τουριστική και Ταξιδιωτική Γεωγραφία)

Ο στόχος του συγκεκριμένου μαθήματος είναι η συστηματική και περιεκτική ανάλυση της γεωγραφικής διάστασης του Τουρισμού με σκοπό, όχι μόνο την κατανόηση της δυναμικής αυτής αγοράς, αλλά και της μελέτης της γεωγραφικής προοπτικής, η οποία μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στον προγραμματισμό, ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές είναι σε θέση να κατανοήσουν με ποιον τρόπο επηρεάζονται τα κύματα τουριστών από ανθρώπινους, γεωγραφικούς, πολιτικούς και οικονομικούς παράγοντες.

2ο Έτος

A & B Εξάμνη

Marketing Planning in Practice (Σχεδιασμός Μάρκετινγκ στην Πράξη)

Το συγκεκριμένο μάθημα έχει ως αντικείμενο την εξέταση του ρόλου και των εφαρμογών του σχεδιασμού μάρκετινγκ και απαιτεί από τους σπουδαστές εντατική έρευνα, μελέτη καθώς και επισκέψεις σε διάφορους χώρους, ενώ αποτελεί εννοιολογική συνέχεια των μαθημάτων «Αρχές του Μάρκετινγκ 1 & 2». Οι γνωστικοί στόχοι του μαθήματος θα επιτευχθούν με εντατική εξέταση/ανάλυση διαφόρων πρακτικών εφαρμογών (case studies) και συνεργασίες των σπουδαστών σε ομαδικό επίπεδο.

A Εξάμνη

Principles of Services Marketing (Θεμελιώδεις Αρχές Μάρκετινγκ Υπηρεσιών)

Η οικονομία των περισσότερων δυτικών χωρών στηρίζεται στον τομέα των υπηρεσιών, προσφέροντας όλο και περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στα αντικείμενα του μάρκετινγκ ή γενικότερα της διοίκησης επιχειρήσεων σε εμπορικούς και μη κλάδους. Το μάθημα απευθύνεται σε σπουδαστές που ειδικεύονται αλλά και σε όσους δεν ειδικεύονται στο γνωστικό αντικείμενο του μάρκετινγκ και είναι σχεδιασμένο ώστε να τους εισάγει στην κατανόηση εφαρμογών του μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένων και περιπτώσεων που κινούνται εκτός παραδοσιακών πλαισίων. Το μάθημα επικεντρώνεται στις διάφορες εφαρμογές του μάρκετινγκ στον τομέα των υπηρεσιών και πως το διαφορετικό επιχειρησιακό και οργανωσιακό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει την εφαρμογή των θεμελιωδών αρχών του μάρκετινγκ, καλύπτοντας με αυτό τον τρόπο το κενό που υπήρχε στη μελέτη του κλάδου των υπηρεσιών.

Tourism Industry and Enterprise (Τουριστική Βιομηχανία)

Οι σπουδαστές έρχονται σε επαφή με τις λειτουργικές πτυχές του Τουρισμού και αναγνωρίζουν στρατηγικά θέματα-κλειδιά που αντιμετωπίζουν τομείς συνδεδεμένοι με τον Τουρισμό. Με τη χρήση θεματικών προσεγγίσεων και σε διεθνές πλαίσιο θα εξεταστούν επιτυχίες και αποτυχίες εταιριών σε σχέση με το συνεχώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν οι τουριστικοί οργανισμοί. Επιπλέον, θα μελετηθεί ο ρόλος τον οποίο παίζουν οι δημόσιες υπηρεσίες όσον αφορά στον έλεγχο και την ανάπτυξη των τουριστικών υπηρεσιών. Το μάθημα εστιάζει στα κύρια χαρακτηριστικά του τουριστικού συστήματος διανομής και πώς αυτό έχει ανταποκριθεί στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές τάσεις καθώς και στο, τεχνολογικό, πολιτικό και νομικό περιβάλλον. Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, ο σπουδαστής έχει πλήρη κατανόηση της αλληλεξάρτησης μεταξύ ταξιδιωτικής και τουριστικής αγοράς. Τέλος, έμφαση δίνεται στο σημαντικό ρόλο που έχουν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες στην τουριστική αγορά.

The Tourist Market: Behaviour and Motivation (Η Τουριστική Αγορά: Συμπεριφορά και Κίνητρο)

Το μάθημα αυτό συμπληρώνει τη θεωρία Marketing που έχει καλυφθεί προηγουμένως στο μάθημα «Αρχές Τουριστικού Μάρκετινγκ» ή παρόμοιου εισαγωγικού μαθήματος στο Μάρκετινγκ. Αναπτύσσει τη γνώση του σπουδαστή σχετικά με τις περιπλοκές που παρουσιάζονται στη διεθνή τουριστική αγορά. Μελετώνται και ενσωματώνονται στη στρατηγική μάρκετινγκ μοντέλα και επιρροές στην καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα. Το μάθημα προωθεί την κατανόηση θεμάτων μάρκετινγκ φέρνοντας το σπουδαστή σε επαφή με την ψυχολογία του καταναλωτή. Οι σπουδαστές εμβαθύνουν σε θεωρίες και έννοιες αναφορικά με την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς αξιολογώντας τη δημογραφική και ψυχογραφική τμηματοποίηση. Το μάθημα εξετάζει στοιχεία των τεχνικών Μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται στην

τμηματοποίηση των τουριστών δίνοντας έμφαση στις καλές πρακτικές Μάρκετινγκ και στις βιώσιμες τουριστικές πρακτικές. Είναι σημαντικό οι σπουδαστές να αναπτύξουν, κατά τη διάρκεια του μαθήματος, τη δυνατότητα να αναλύουν τις τρέχουσες τουριστικές τάσεις.

Employability and Entrepreneurship A (Απασχολησιμότητα και Επιχειρηματικότητα)

Το μάθημα εξετάζει δύο περιοχές, την απασχολησιμότητα και την επιχειρηματικότητα. Όσον αφορά την απασχολησιμότητα, το μάθημα στοχεύει να εξοπλίσει τους σπουδαστές με γνώσεις απαραίτητες για τον εργασιακό χώρο καθώς και με δεξιότητες που θα ενισχύσουν τις επαγγελματικές τους προοπτικές. Η ενότητα αυτή διαχειρίζεται θέματα που αφορούν: σχεδιασμό προσωπικής βελτίωσης και επαγγελματικής εξέλιξης, αλλαγές στη φύση της εργασίας και τις ανάγκες των εργοδοτών, αναζήτηση εργασίας, διαχείριση προσωπικών δυνατοτήτων στην εργασία. Στα πλαίσια του μαθήματος οι σπουδαστές ενθαρρύνονται να πραγματοποιήσουν ανασκόπηση στα ως τώρα επιτεύγματα τους και πως μπορούν να τα αναδείξουν, καθώς και τρόπους βελτίωσης της απασχολησιμότητάς τους. Το μάθημα επίσης ασχολείται με τον επιχειρηματία, την επιχειρηματικότητα αλλά και τη διοίκηση μιας επιχείρησης. Ερευνά τον σύγχρονο επιχειρηματία, το χαρακτήρα και τα κίνητρα, τον τρόπο που ιδρύεται μια επιχείρηση, την εκπροσώπηση της, την επιβίωση και την ανάπτυξη της. Το ευρύ φάσμα θεμάτων που καλύπτονται ασχολείται με την έρευνα και την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών, την εκτίμηση των νομικών ζητημάτων και το ρόλο των εξαγωγών και συγχωνεύσεων, τη χρηματοδότηση έργου (υπολογισμός κόστους, εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, δημιουργία επιχειρηματικού σχεδίου, αποτυχία και αίτια, πηγές παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών). Τέλος, το μάθημα θα ασχοληθεί με ζητήματα μάρκετινγκ που απευθύνονται στον επιχειρηματία όπως δικτύωση, προφορική διαφήμιση, προσωπική προβολή καθώς και ευρύτερα ζητήματα όπως οι οικογενειακές επιχειρήσεις.

B Εξάμηνο

Psychology and Consumer Behaviour (Ψυχολογία και Συμπεριφορά του Καταναλωτή)

Στα πλαίσια του μαθήματος μελετάται η γνωστική έναντι της συμπεριφορικής προσέγγισης για την ανάλυση του καταναλωτή. Η καλύτερη κατανόηση των καταναλωτών και της συμπεριφοράς τους θα επιτρέψει στους σπουδαστές καλύτερη κατανόηση της τμηματοποίησης των πελατών, της τοποθέτησης προϊόντων, της τιμολόγησης, της διανομής και των στρατηγικών μάρκετινγκ επικοινωνιών. Θα εξεταστούν διάφορες συμπεριφορές που στηρίζονται στην ηλικία, εθνότητα, το φύλο αλλά και τον τρόπο ζωής, καθώς και εκτίμηση του ατόμου σε σχέση με το προϊόν σε συνδυασμό με κοινωνικά ζητήματα που αφορούν συμπεριφορές, αντιδράσεις, αντιλήψεις, προσωπικότητα αλλά και μακροπρόθεσμη επιρροή στην εκμάθηση του καταναλωτή. Το μάθημα τέλος προσφέρει εισαγωγή στην ψυχολογία του καταναλωτή και τον αντίκτυπο που έχει για το μάρκετινγκ σε ότι αφορά τη δημιουργία, ανάπτυξη και διάθεση υπηρεσιών και προϊόντων που θα έχουν αξία για τον καταναλωτή.

Aspects of Law for the Tourism Industry (Στοιχεία Δικαίου Τουριστικής Βιομηχανίας)

Το μάθημα αυτό εξετάζει το ρόλο της Νομικής Επιστήμης στην ταξιδιωτική και τουριστική αγορά (Μεγ. Βρετανία και Ελλάδα) και την επίδραση της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Επιπλέον, αναλύει τις πηγές του νόμου, την επίλυση διαφορών, το ρόλο του συμβολαίου και της αδιοκραξίας στις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ της τουριστικής αγοράς, των καταναλωτών και του νόμου υπέρ καταναλωτών.

Economics of Tourism (Τουριστική Οικονομία)

Το μάθημα αυτό εξετάζει προβλήματα και θέματα πολιτικής στον Τουρισμό υπό το πρίσμα της οικονομικής ανάλυσης, μεταξύ άλλων: τι καθορίζει τη ζήτηση για τουρισμό στους διάφορους τομείς της αγοράς; την τιμολόγηση των τουριστικών προϊόντων και, κυρίως, τη διαδεδομένη πρακτική της διαφοροποίησης των τιμών; την οικονομική επίπτωση του τουρισμού, καθώς και την τοπική και εθνική κυβερνητική πρακτική; τους μηχανισμούς διάχυσης του τουρισμού οι οποίοι ποσοτικοποιούνται από την ανάλυση κόστους/οφέλους.

3ο Έτος

A & B Εξάμνηα

Managing Change and Challenges in Tourism (Διαχείριση Αλλαγών και Προκλήσεων στον Τουρισμό)

Το μάθημα αυτό εξετάζει όλες τις πτυχές του Τουρισμού με σκοπό την καλύτερη κατανόηση της δυναμικής φύσης της εν λόγω αγοράς. Μέσω διαλέξεων και παραδειγμάτων τίθενται θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, διαχείριση και λειτουργία. Αναλύονται οι πρόσφατες, αλλά και πιθανές μελλοντικές εξελίξεις με τη βοήθεια ζωντανών παραδειγμάτων τα οποία συμπυκνώνουν την εμπειρία του παρελθόντος, την τρέχουσα πρακτική και τις διακλαδώσεις μέσα στον Τουρισμό. Τέλος, σημασία αποδίδεται στη συζήτηση για το βιώσιμο τουρισμό.

Market and Social Research (Κοινωνική Έρευνα-Έρευνα Αγοράς)

Το συγκεκριμένο μάθημα είναι σχεδιασμένο ώστε να προσφέρει πλήρη κατανόηση της θεωρίας και πρακτικής της έρευνας υπό το πρίσμα της διοίκησης μάρκετινγκ. Κατά τη διάρκεια του Α' εξαμήνου αναλύεται εκτενώς η φύση, οι στόχοι, ο σκοπός, ο σχεδιασμός και η οργάνωση της έρευνας, ο ορισμός του προβλήματος και η διατύπωση υποθέσεων, οι βασικές αρχές δειγματοληψίας, η διαδικασία της δημοσκοπήσης, μέθοδοι συλλογής στοιχείων (τεχνική σχεδιασμού ερωτηματολογίου, ανάλυση επιμέρους κατηγοριών συνεντεύξεων). Κατά τη διάρκεια του Β' εξαμήνου αναλύεται η έννοια της συνέντευξης καθώς και ο ρόλος, η επιλογή, η εκπαίδευση και η παρακολούθηση όσων θα πραγματοποιήσουν τις συνεντεύξεις αλλά και η διαδικασία της ποιοτικής έρευνας (φιλοσοφία και αρχές). Έρευνα των διαφόρων μοντέλων τμηματοποίησης (δημογραφικά, γεωγραφικά, ψυχολογικό προφίλ, κ.ά). Τέλος, αναλύονται οι διαφορές μεταξύ καταναλωτικών και βιομηχανικών αγορών.

Marketing Communications (Επικοινωνίες Μάρκετινγκ)

Το συγκεκριμένο, ετήσιο μάθημα επιλογής προσφέρεται σε σπουδαστές με ή δίχως προηγούμενη εμπειρία στο χώρο του μάρκετινγκ. Ο στόχος του μαθήματος συνίσταται στο να προσφέρει στους σπουδαστές τη δυνατότητα να κατανοήσουν τη διαδικασία της επικοινωνίας μάρκετινγκ από την αρχική ανάλυση της αγοράς έως την ανάπτυξη στρατηγικών που περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα τεχνικών προώθησης. Το μάθημα συνδυάζει την ανάλυση των σχετικών θεωριών του μάρκετινγκ, όπως τα μοντέλα της αγοραστικής συμπεριφοράς σε επίπεδο καταναλωτικών και βιομηχανικών αγοραστών, με την πρακτική εφαρμογή της θεωρίας μέσω μελέτης περιπτώσεων (case studies) και άλλων τεχνικών. Κατά τη διάρκεια του Α' εξαμήνου αναλύεται η θεωρία της επικοινωνίας, η τμηματοποίηση, η στόχευση, η τοποθέτηση και η έρευνα αγοράς. Κατά τη διάρκεια του Β' εξαμήνου αναλύονται σημεία ζωτικής σημασίας του σχεδιασμού προώθησης, της χρήσης των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ, της διαφήμισης, της προώθησης πωλήσεων, των δημοσιών σχέσεων και του άμεσου μάρκετινγκ, ενώ έμφαση δίνεται και στα εργαλεία επικοινωνίας και μέσων μαζικής ενημέρωσης (χορηγίες, τοποθέτηση προϊόντων, ηλεκτρονικά μέσα).

Dissertation-Tourism (Πτυχιακή Εργασία - Τουρισμός)

Η εκπόνηση της Διπλωματικής Εργασίας σας παρέχει την ευκαιρία να αναλάβετε μια ατομική εργασία σε ένα πεδίο που σας ενδιαφέρει. Η επίβλεψη της εργασίας σας θα ανατεθεί σε Καθηγητή, ο οποίος θα σας παρέχει υποστήριξη στο πλαίσιο των τακτικών συναντήσεών σας. Η επιλογή του θέματος είναι στη διακριτική σας ευχέρεια, ο επιβλέπων Καθηγητής θα σας συνδράμει, στο πλαίσιο των δυνατοτήτων του, η δε έκταση της εργασίας θα κυμαίνεται περίπου στις 10.000 λέξεις. Θα κριθείτε με βάση την ερευνητική πρόταση, τη μεθοδολογία της εργασίας, την ακαδημαϊκή ποιότητα και το βαθμό πρωτοτυπίας της εργασίας, καθώς και τη δομή και τη συνάφεια της αναφοράς σας.

A Εξάμνο

Corporate Social Responsibility and Sustainable Marketing (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Αειφόρο Μάρκετινγκ)

Το μάθημα ασχολείται με τις αναπτυσσόμενες έννοιες της ηθικής στο χώρο του μάρκετινγκ, το αειφόρο μάρκετινγκ και την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Στόχος του μαθήματος είναι να αναλύσει τη χρήση ηθικών στρατηγικών μάρκετινγκ που θα προωθούν προϊόντα και υπηρεσίες φιλικά προς το περιβάλλον και θα διαχειρίζονται δίκτυα διάθεσης και ανακύκλωσης αγαθών. Στα πλαίσια του μαθήματος αναπτύσσεται το θεωρητικό και νομοθετικό πλαίσιο καθώς και οι βασικές διοικητικές διαδικασίες και τα εργαλεία που θα διαχειριστούν αντίστοιχα ζητήματα.

Small Business Management (Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)

Το συγκεκριμένο μάθημα ασχολείται με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τη διοίκηση αυτών. Αναλύει τα κίνητρα και τη φύση των επιχειρηματιών και τον χαρακτήρα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τη φύση των επιχειρήσεων, την αντιπροσώπευση τους, την επιβίωση και την ανάπτυξη τους, τις ευκαιρίες και τις πηγές νέων ιδεών, τις διαθέσιμες νομικές μορφές αλλά και τις εξαγορές. Επίσης, ασχολείται με ζητήματα όπως η εκτίμηση του κόστους, πηγές χρηματοδότησης και άντλησης κεφαλαίων, δημιουργία επιχειρηματικών σχεδίων, αιτίες πτώχευσης, πηγές παροχής συμβουλών. Τέλος, το μάθημα θα ασχοληθεί με ζητήματα μάρκετινγκ που απευθύνονται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όπως δικτύωση, προφορική διαφήμιση, προσωπική προβολή καθώς και ευρύτερα ζητήματα όπως οι οικογενειακές επιχειρήσεις.

Tourist Destination Planning (Σχεδιασμός Τουριστικών Προορισμών)

Η ανάπτυξη του τουρισμού κατά τον 21ο αιώνα οφείλεται κυρίως στις ανεπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες. Η έκταση της τουριστικής ανάπτυξης βοηθάει στην κατανόηση της φύσης του σχεδιασμού τουριστικών προορισμών και της εξέλιξης του. Το μάθημα εξετάζει την έννοια της εξέλιξης και κατά πόσο αποτελεί φιλοσοφία ή διαδικασία, αλλά και ποιος είναι ο ρόλος του τουρισμού στο σύγχρονο περιβάλλον. Ένα πλήθος περιπτώσεων τουριστικών προορισμών αναλύεται, ώστε να γίνει κατανοητή η διαδικασία του σχεδιασμού προορισμών και η ανάπτυξη του σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, το μάθημα εξετάζει τα κόστη και τα οφέλη του σχεδιασμού αλλά και την υπόθεση πως ο τουρισμός μπορεί να μην αποτελεί πάντα την κατάλληλη μορφή ανάπτυξης. Τέλος, αναλύεται ένα σύνολο σύγχρονων θεωριών και πρακτικών που αφορούν τον σχεδιασμό και τις μελλοντικές εξελίξεις σε σχέση με τους προορισμούς.

B Εξάμνο

Festivals and Events (Φεστιβάλ και Εκδηλώσεις)

Το μάθημα είναι σχεδιασμένο κατά τρόπο ώστε να προσφέρει στους φοιτητές την απαραίτητη γνώση σχετικά με τον Τουρισμό των ειδικών εκδηλώσεων. Οι φοιτητές μελετούν τις θεωρητικές και πρακτικές πτυχές των τοπικών, εθνικών και διεθνών φεστιβάλ και εκδηλώσεων, ενώ, παράλληλα, αναλύουν την ανάπτυξη, την επίδραση, τη διαχείριση, το μάρκετινγκ, καθώς και λειτουργικά θέματα που αφορούν σε αυτό το είδος Τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, το μάθημα εστιάζει στον Τουρισμό των Φεστιβάλ, των Εκδηλώσεων και τον Επιχειρησιακό Τουρισμό.

Global Marketing Ethics and Culture (Ηθική Διεθνούς Μάρκετινγκ και Κουλτούρα)

Η επιτυχία του παγκόσμιου μάρκετινγκ αποτελεί συνδυασμό προοπτικών, ευκαιριών, κινήτρων, οργάνωσης, γνώσεων και δεξιοτήτων. Οι σύγχρονες προκλήσεις συνίστανται στην αναγνώριση των κατάλληλων ευκαιριών για την εταιρία, την ανάπτυξη των στρατηγικών μάρκετινγκ και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε συνεργασία με άλλα στελέχη της επιχείρησης αλλά και εξωτερικούς φορείς. Στα πλαίσια αυτά, το μάθημα παρέχει σύγχρονες εκτιμήσεις και πρακτικές του διεθνούς μάρκετινγκ. Θα αναλυθούν επίσης οργανισμοί παγκοσμίου εμβέλειας καθώς και το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται, η εφαρμογή πραγματικών στρατηγικών και σχεδίων και μηχανισμών ελέγχου αλλά και θέματα όπως το μάκρο περιβάλλον, στρατηγικές εισόδου σε αγορές, επικοινωνία, τιμολόγηση, σχεδιασμός και έλεγχος.