



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ



ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΙΔΙΚΗΣ ΦΑΣΗΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Επιμέλεια: Αθηνά Σπακουρή (Υπεύθυνη Σπουδών & Έρευνας)

10' ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ

ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΑΘΗΝΑ 2007

ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ

Συντονιστής: Θεμιστοκλής Παναγιωτόπουλος, Δ/ντής ΕΣΔΔ

Υπεύθυνη Σπουδών & Έρευνας: Αθηνά Σπακουρή

ΣΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΠΑΡΟΝΤΟΣ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΕΠΙΣΗΣ:

Αναστασία Παπαστυλιανού (*Υπεύθυνη Σπουδών & Έρευνας Προγράμματος Πληροφορικής*)

Ελένη Λιάρου (*Υπεύθυνη Σπουδών & Έρευνας Προγράμματος Ξένων Γλωσσών*)

Προετοιμασία Σύνταξης:

Αθανάσιος Σιόντορος (*Βοηθητικό Διδακτικό Προσωπικό*)

Τελική Επιμέλεια Σύνταξης:

Βλαχάκου Μαρία (*Βοηθητικό Διδακτικό Προσωπικό*)

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ &
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Επιμέλεια:

Αθηνά Σπακουρή (Υπεύθυνη Σπουδών & Έρευνας)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
I. Σύντομη παρουσίαση του Τμήματος	9
II. Σκοπός του Προγράμματος Σπουδών	9
III. Ειδικοί στόχοι του Προγράμματος Σπουδών	10
IV. Δομή και διάρθρωση του Προγράμματος Σπουδών	10
V. Αξονες του προγράμματος σπουδών	11
VI. Μεθοδολογική Προσέγγιση	12
VII. Πρόγραμμα Πληροφορικής	12
VIII. Πρόγραμμα Ξένων Γλωσσών	12
IX. Αξιολόγηση Σπουδαστών	13
ΠΙΝΑΚΑΣ Α΄ ΚΥΚΛΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ	15
ΠΙΝΑΚΑΣ Β΄ ΚΥΚΛΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ	16
A΄ Κύκλος Μαθημάτων Εξειδίκευσης	19
ΤΟΑ-Σ01: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΠΟΛΙΤΙΚΗ	21
ΤΟΑ-M01: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	21
ΤΟΑ-M02: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	23
ΤΟΑ-M03: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ	25
ΤΟΑ-Σ02: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	27
ΤΟΑ-M04: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	27
ΤΟΑ-E01: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	29
ΤΟΑ-M05: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	31
ΤΟΑ-E02: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΚΟΙΝΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	33
ΤΟΑ-Σ03: MARKETING ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	35
ΤΟΑ-M07: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MARKETING	35
ΤΟΑ-M08 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ MARKETING ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ	39
ΤΟΑ-E03: ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	43
ΤΟΑ-E04: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ	45
ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ	47
ΤΟΑ-ΞΓ01: ΑΓΓΛΙΚΑ	
ΤΟΑ-ΞΓ02: ΓΑΛΛΙΚΑ ή ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ ή ΙΤΑΛΙΚΑ ή ΙΣΠΑΝΙΚΑ	
B΄ Κύκλος Μαθημάτων Εξειδίκευσης	49

ΜΑΘΗΜΑΤΑ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ	53
ΤΟΑ-Μ06: ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	53
ΤΟΑ-Ε05: ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	55
ΤΟΑ-Ε06: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	57
ΤΟΑ-Ε07: ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΩΝ & ΕΠΙΛΥΣΗ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ	59
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	61
ΤΟΑ-Ε08: ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ	61
ΤΟΑ-Ε09: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (E-TOURISM)	65
ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ	69

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

I. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Με το ν. 3200/03 «τροποποιήσεις του ν. 1388/1983, Ίδρυση του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης, Ίδρυση Εθνικής Σχολής Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλες διατάξεις», τα τμήματα εξειδίκευσης της Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης συμπληρώθηκαν με το τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, με σκοπό τη δημιουργία στελεχών εξειδικευμένων σε θέματα τουριστικής πολιτικής.

Οι απόφοιτοι του Τμήματος προορίζονται **να στελεχώσουν τις υπηρεσιακές μονάδες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, καθώς και άλλων υπηρεσιών που οι αρμοδιότητές τους άπτονται του τουριστικού αντικειμένου.**

Η σημασία και αναγκαιότητα λειτουργίας του Τμήματος βασίζεται κυρίως στο γεγονός ότι οι φορείς που χαράζουν σήμερα και υλοποιούν την τουριστική πολιτική της χώρας, έχουν ανάγκη από εξειδικευμένα στελέχη, ικανά να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις του διεθνούς τουριστικού περιβάλλοντος.

Ο ρόλος και το καθεστώς των αποφοίτων του τμήματος διέπονται, πέρα από τις διατάξεις που αφορούν στο σύνολο των αποφοίτων της ΕΣΔΔ, από τις διατάξεις του ν.3200/03 περ. ζ της παρ. 2 του άρθρου 9, «τροποποιήσεις του ν.1388/83 για την ίδρυση του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης, Ίδρυση Εθνικής Σχολής Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλες διατάξεις», καθώς και αυτές του ν.2503/97 για τη Διοίκηση, Οργάνωση και Στελέχωση της Περιφέρειας.

II. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Ο βασικός **σκοπός** του παρόντος Προγράμματος Σπουδών είναι να παρέχει στους σπουδαστές τη θεωρητική και πρακτική εκείνη εκπαίδευση, ώστε να αυξήσει τις γνώσεις τους και τις δεξιότητές τους. Ο **στόχος** είναι να καταρτίσει και δημιουργήσει επαγγελματικά και εξειδικευμένα στελέχη, τα οποία θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν άμεσα στα επαγγελματικά τους καθήκοντα.

Το αποτέλεσμα είναι το όφελος που προκύπτει από αυτή την άμεση ένταξη των σπουδαστών στις καθ'ύλην αρμόδιες υπηρεσίες, αλλά και στη Δημόσια Διοίκηση ευρύτερα. Ειδικότερα δε, σε υπηρεσιακές μονάδες των παραπάνω φορέων που έχουν ως αντικείμενο και αρμοδιότητες θέματα τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, τουριστικής οικονομίας και τουριστικού marketing.

Η επίτευξη του σκοπού και των στόχων του Προγράμματος γίνεται με τον κατάλληλο **συνδυασμό θεωρητικών, αλλά και πρακτικών γνώσεων**, κυρίως μέσω μελέτης περιπτώσεων κατά την εκπόνηση εργασιών, αλλά και μέσα από την πρακτική εκπαίδευση των σπουδαστών στις προαναφερόμενες υπηρεσίες.

III. ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Η ειδική φάση σπουδών περιλαμβάνει θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση, με στόχο την εμβάθυνση και ενίσχυση ειδικών γνώσεων, δεξιοτήτων και συμπεριφορών των μελλοντικών εξειδικευμένων στελεχών σε θέματα τουριστικής πολιτικής. Ειδικότερα, το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος αποσκοπεί:

1. Σε επίπεδο γνώσεων:

Το πρόγραμμα της ειδικής φάσης σπουδών σχεδιάστηκε, ώστε να δώσει στα μελλοντικά εξειδικευμένα στελέχη σε θέματα τουριστικής πολιτικής, τις ειδικές εκείνες γνώσεις που είναι απαραίτητες στην εργασία τους.

Σύμφωνα λοιπόν με τους ανωτέρω στόχους θα μελετηθούν και θα αναλυθούν θέματα σχετικά με:

- Τουριστική Ανάπτυξη, Τουριστική Πολιτική, Θεσμικό Πλαίσιο του τουρισμού
- Τουριστική Οικονομία
- Τουριστικό Μάρκετινγκ και Νέες Τεχνολογίες στον τουρισμό

2. Σε επίπεδο δεξιοτήτων:

- Στην καλλιέργεια κριτικής, αναλυτικής και συνθετικής σκέψης και στην προσέγγιση θεμάτων τουριστικής πολιτικής σε εξειδικευμένα θέματα.
- Στην καλλιέργεια επικοινωνιακών και διαπραγματευτικών δεξιοτήτων μέσα από την εξάσκηση των σπουδαστών στο πλαίσιο επιμέρους εργαστηρίων ή/και μαθημάτων.
- Στην απόκτηση τεχνικών δεξιοτήτων, μέσα από την ανάπτυξη ιστοσελίδων και τη χρήση του ηλεκτρονικού τουρισμού.

3. Σε επίπεδο συμπεριφορών:

- Στην καλλιέργεια **συνεργατικής συμπεριφοράς** (κουλτούρα ομάδας εργασίας), μέσα από την «από κοινού» ανάληψη γραπτών εργασιών και παρουσίασή τους (σε ομάδες των 3 ή 4 ατόμων) ή και την ανάληψη πρωτοβουλιών για άλλες δραστηριότητες.
- Στην **εργήγορη, ευελιξία και διορατικότητα**, μέσα από ορθό χρονοπρογραμματισμό στην ανάληψη, συγγραφή και παρουσίαση εργασιών, κατά τη διεξαγωγή κυρίως του β' κύκλου της ειδικής φάσης σπουδών αλλά και κατά τη διάρκεια της πρακτικής εκπαίδευσης.
- Στην **εξοικείωση των σπουδαστών με τεχνικές διαπραγματεύσεων** και επίλυσης συγκρούσεων.

IV. ΔΟΜΗ & ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Το πρόγραμμα της Ειδικής Φάσης Σπουδών πραγματοποιείται σε δύο κύκλους:

- **Α΄ Κύκλος Μαθημάτων Εξειδίκευσης**, διάρκειας 4 μηνών,
- **Πρακτική Εκπαίδευση**, διάρκειας 4 μηνών
- **Β΄ Κύκλος Μαθημάτων Εξειδίκευσης**, διάρκειας 3 μηνών και
- **Περίοδος Εκπόνησης & Αξιολόγησης Τελικών Εργασιών**, διάρκειας 2 μηνών.

Μεταξύ του Α΄ κύκλου και του Β΄ κύκλου της ειδικής φάσης μεσολαβεί περίοδος 4 μηνών πρακτικής εκπαίδευσης σε υπηρεσίες που οι αρμοδιότητες τους αφορούν τον τουρισμό.

Ο Β΄ κύκλος, καθώς επίσης ο κύκλος εκπόνησης τελικών εργασιών, βρίσκονται σε αλληλουχία με τον Α΄ κύκλο, καθώς το πρόγραμμα σπουδών διαρθρώνεται στη βάση τριών αξόνων: **I. Τουριστικής Ανάπτυξης και Πολιτικής, II. Τουριστικής Οικονομίας III. Μάρκετινγκ και Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό.**

Η ειδική φάση σπουδών ολοκληρώνεται κατά τη διάρκεια του Β΄ κύκλου της ειδικής φάσης, μέσα από την παρουσίαση μικρών εργασιών (projects) των σπουδαστών του τμήματος.

Στα πλαίσια της εκπόνησης των τελικών εργασιών κάθε σπουδαστής υποχρεούται να εκπονήσει και να καταθέσει σε διάστημα τριών μηνών μία τελική εργασία. Τα θέματα που επιλέγονται δύνανται να αποτελούν προέκταση μικρών εργασιών του Β΄ κύκλου.

V. ΑΞΟΝΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

Κάθε άξονας καλύπτει ένα ευρύτερο γνωστικό πεδίο και περιλαμβάνει μαθήματα και εργαστήρια. Αναλυτικότερα:

1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Ο άξονας αυτός περιλαμβάνει τρία (3) μαθήματα :

1. Τουριστική Ανάπτυξη
2. Τουριστική Πολιτική
3. Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας

2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο άξονας αυτός περιλαμβάνει τα τέσσερα (4) μαθήματα:

1. Εισαγωγή στην Τουριστική Οικονομία
2. Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία

και δύο (2) εργαστήρια:

- (α) Επιχειρηματικό σχέδιο
- (β) Τουρισμός και Κοινωνικά Προγράμματα

3. MARKETING ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο άξονας αυτός περιλαμβάνει τρία (3) μαθήματα:

1. Νέες τεχνολογίες στον τουρισμό

2. Βασικές αρχές marketing
3. Σχεδιασμός & Εφαρμογή marketing για τουριστικούς προορισμούς

και δύο (2) εργαστήρια:

- (α) Έρευνα τουριστικής αγοράς
- (β) Σχεδιασμός επικοινωνιακής καμπάνιας

VI. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Για την επίτευξη των ανωτέρω στόχων πραγματοποιούνται διαλέξεις, παρουσιάσεις, μελέτες περιπτώσεων, προσομοιώσεις, σύνταξη και αξιολόγηση ερωτηματολογίων, εκπόνηση εργασιών, ημερίδες, επισκέψεις, role-playing, προβολή video.

Τέλος, μία ημέρα της εβδομάδας δύνανται να οργανωθούν **διαλέξεις ή ημερίδες** πάνω σε ειδικά θέματα με τη συμμετοχή ειδικών ομιλητών. Επίσης, δύνανται να οργανωθούν **εκδηλώσεις ή επισκέψεις**, με πρωτοβουλία της Σχολής ή και των σπουδαστών του Τμήματος, εφόσον κρίνεται, ότι αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του προγράμματος σπουδών.

VII. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Σκοπός των μαθημάτων του Προγράμματος Πληροφορικής στο Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης είναι:

1. Η παρουσίαση τεχνικών καθώς και εφαρμογών ηλεκτρονικής διαχείρισης έργων και
2. Η εξοικείωση με τα χαρακτηριστικά και τις τεχνικές ανάπτυξης και αξιολόγησης μιας ηλεκτρονικής πύλης για την παροχή υπηρεσιών και υποστήριξη τουριστικών θεμάτων.

Οι τίτλοι των εργαστηρίων που περιλαμβάνονται στο Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης είναι :

- Ηλεκτρονικός Τουρισμός
- Διοίκηση και Διαχείριση Έργου - χρήση MS PROJECT

VIII. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ

Οι σπουδαστές του Τμήματος Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης παρακολουθούν εξειδικευμένο πρόγραμμα ξένων γλωσσών, προσαρμοσμένο στις ειδικότερες απαιτήσεις του μελλοντικού τους επαγγέλματος. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει **αγγλικά** και **γαλλικά** ή **γερμανικά** ή **ιταλικά** ή **ισπανικά**. Το πρόγραμμα ξένων γλωσσών αντιστοιχεί στις 56 ώρες ανά γλώσσα στον Α΄ κύκλο και 30 ώρες ανά γλώσσα στον Β΄ κύκλο.

ΙΧ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ

Α΄ & Β΄ Κύκλος Μαθημάτων Εξειδίκευσης: Με το πέρας του κύκλου μαθημάτων, οι σπουδαστές υποβάλλονται για κάθε μάθημα ή εργαστήριο ξεχωριστά σε *γραπτές εξετάσεις* ή σε άλλες μορφές εξέτασης, όπως προβλέπονται από τον ισχύοντα Κανονισμό Σπουδών της ΕΣΔΔ. Επιπροσθέτως αντικείμενο αξιολόγησης αποτελούν, σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διατάξεις του ισχύοντα Κανονισμού Σπουδών, οι ομαδικές σεμιναριακές εργασίες. Για έναν μικρό αριθμό μαθημάτων ή εργαστηρίων επιτρέπεται η επάρκεια ως μορφή αξιολόγησης.

Περίοδος Εκπόνησης & Αξιολόγησης Τελικών Εργασιών: Οι σπουδαστές αξιολογούνται από τριμελή Επιτροπή Αξιολόγησης, στην οποία παρουσιάζουν την τελική τους εργασία (από 15.000 μέχρι 20.000 λέξεις).

Πρακτική Εκπαίδευση: Η πρακτική εκπαίδευση αξιολογείται με βάση την αξιολόγηση του εκπαιδευτή, την έκθεση πρακτικής του σπουδαστή και τη σχετική παρουσίαση του σπουδαστή.

Η **κλίμακα βαθμολογίας** ορίζεται από ένα μέχρι δέκα (1-10), ενώ ο βαθμός μπορεί να είναι ακέραιος ή και δεκαδικός. Η **σειρά αποφοίτησης** ανά τμήμα καθορίζεται από τον τελικό βαθμό αποφοίτησης και κλιμακώνεται σε τρεις βαθμίδες: (α) *Αριστούχος αποφοιτήσας* (μεγαλύτερος ή ίσος του 8,5), (β) *Επιτυχώς Αποφοιτήσας* (μεγαλύτερος ή ίσος του 5 και μικρότερος του 8,5) και (γ) *Φοιτήσας* (μικρότερος του 5).

ΠΙΝΑΚΑΣ Α΄ ΚΥΚΛΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

Α΄ ΚΥΚΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ		
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΛΕΞΟΝΑΣ / ΜΑΘΗΜΑ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ
ΤΟΑ-Σ01	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΠΟΛΙΤΙΚΗ	76
ΤΟΑ-Μ01	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	32
ΤΟΑ-Μ02	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	28
ΤΟΑ-Μ03	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ	16
ΤΟΑ-Σ02	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	76
ΤΟΑ-Μ04	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	28
ΤΟΑ-Ε01	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	16
ΤΟΑ-Μ05	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	20
ΤΟΑ-Ε02	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΚΟΙΝΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	12
ΤΟΑ-Σ03	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	72
ΤΟΑ-Μ07	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ MARKETING	20
ΤΟΑ-Μ08	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΕΦΑΡΜΟΓΗ MARKETING ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ	20
ΤΟΑ-Ε03	ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	16
ΤΟΑ-Ε04	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΚΑΜΠΙΑΝΙΑΣ	16
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ		224
ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ		112
ΤΟΑ-ΞΓ01	ΑΓΓΛΙΚΑ	56
ΤΟΑ-ΞΓ02	ΓΑΛΛΙΚΑ ή ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ ή ΙΤΑΛΙΚΑ ή ΙΣΠΑΝΙΚΑ	56
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ Α΄ ΚΥΚΛΟΥ		336

ΠΙΝΑΚΑΣ Β' ΚΥΚΛΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

Β' ΚΥΚΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ		
ΚΩΔΙΚΟΣ	ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ / ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ
	ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	60
ΤΟΑ-ΣΜ1	ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ 1 στα πλαίσια των αξόνων ΤΟΑ-Σ01, ΤΟΑ-Σ02, ΤΟΑ-Σ03	30
ΤΟΑ-ΣΜ2	ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ 2 στα πλαίσια των αξόνων ΤΟΑ-Σ01, ΤΟΑ-Σ02, ΤΟΑ-Σ03	30
	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ	15
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ / ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ		75

	ΜΑΘΗΜΑΤΑ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ	80
ΤΟΑ-Μ06	ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	20
ΤΟΑ-Ε05	ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	20
ΤΟΑ-Ε06	ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	20
ΤΟΑ-Ε07	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΩΝ & ΕΠΙΛΥΣΗ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ	20
	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	43
ΤΟΑ-Ε08	ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ	20
ΤΟΑ-Ε09	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (E-TOURISM)	23
	ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ	66
ΤΟΑ-ΞΓ01	ΑΓΓΛΙΚΑ	33
ΤΟΑ-ΞΓ02	ΓΑΛΛΙΚΑ ή ΓΕΡΜΑΝΙΚΑ ή ΙΤΑΛΙΚΑ ή ΙΣΠΑΝΙΚΑ	33

ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ Β' ΚΥΚΛΟΥ		264
------------------------------	--	------------

ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ Α' + Β' ΚΥΚΛΟΥ		600
-----------------------------------	--	------------

Σημειώσεις:

1. Στο γενικό σύνολο ωρών δεν συμπεριλαμβάνονται οι ώρες για τις συναντήσεις των τελικών εργασιών, υποστήριξης των τελικών εργασιών, οι οποίες διαμορφώνονται ανάλογα με τις ανάγκες του Προγράμματος.
Για τις τελικές εργασίες προβλέπονται συναντήσεις σπουδαστή - επιβλέποντα. Η συνολική διάρκεια ορίζεται στις έξι (6) ώρες.
2. Πέραν των αναγραφόμενων ωρών προστίθενται οι ώρες της προετοιμασίας, επιτήρησης / εξέτασης και της διόρθωσης / βαθμολόγησης των μαθημάτων-εργαστηρίων και των γραπτών εργασιών.
3. Για οποιαδήποτε αλλαγή στο Πρόγραμμα Σπουδών οι σπουδαστές ενημερώνονται από τον / την Υπεύθυνο / η Σπουδών και Έρευνας ή από το Τμήμα Εφαρμογής Προγραμμάτων.
4. Σε εξαιρετικές και πλήρως αιτιολογημένες περιπτώσεις μπορεί να υπάρξει συνδιδασκαλία για την πραγματοποίηση ενός μαθήματος ή εργαστηρίου ύστερα από σχετική απόφαση του Διευθυντή της ΕΣΔΔ.

Α΄ ΚΥΚΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

ΤΟΑ-Σ01: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΠΟΛΙΤΙΚΗ

ΤΟΑ-Μ01: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει και να αναλύσει το θεωρητικό και εμπειρικό πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης και να δώσει χαρακτηριστικά παραδείγματα περιπτώσεων από τη διεθνή και ελληνική πραγματικότητα

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμβάθυνση ειδικών γνώσεων που πρέπει να κατέχουν τα μελλοντικά στελέχη της δημόσιας διοίκησης σε θέματα σχεδιασμού, οργάνωσης και υλοποίησης της τουριστικής ανάπτυξης.

Με τις γνώσεις αυτές θα καταρτίζονται και να παρακολουθούν γενικά και ειδικά προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Έννοια και περιεχόμενο της τουριστικής ανάπτυξης.
- Θεωρητικές προσεγγίσεις της τουριστικής ανάπτυξης.
- Προϋποθέσεις και πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης.
- Οργάνωση, φορείς, θεσμοί στον τουρισμό.
- Διαμόρφωση πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης.
- Διεθνείς φορείς άσκησης αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής
- Οργάνωση και σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης.
- Κοινοτική τουριστική ανάπτυξη.
- Χωρική διαφοροποίηση τουρισμού.
- Κοινωνικοοικονομική θεώρηση τουρισμού.
- Ανάλυση χαρακτηριστικών περιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης.

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΑΥΓΕΡΙΝΟΥ Σ. – Γ. ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ κ.λ.π., (Συλλογικός Τόμος), *Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*, Επιμέλεια Π. Τσάρτας, Εκδόσεις Κριτική

ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ ΣΤΕΛΙΟΣ, *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997

ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ ΣΤΕΛΙΟΣ, *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1998

- ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ Ν.Γ., *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, Εκδόσεις Interbooks. Αθήνα, 2000
- ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Επιστημονική Επετηρίδα Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τμητικός Τόμος για τον ομότιμο Καθηγητή Μάριο ΡΑΦΑΗΛ, Τόμος Α', σελ.229-238, Πειραιάς 2000
- ΚΟΚΚΩΣΗΣ Χ. ΚΑΙ ΤΣΑΡΤΑΣ Π., *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Κριτική, Αθήνα 2001
- ΛΑΓΟΣ Δ., *Ο Τουρισμός ως Παράγοντας Προώθησης της Περιφερειακής Ανάπτυξης*, ΤΟΠΟΣ, 14/98, σσ. 47-65, Αθήνα 1998
- ΣΠΙΛΑΝΗΣ Ι., *Από τη χωροθέτηση των επιχειρήσεων στην περιφερειακή οικονομική: άνιση τουριστική ανάπτυξη και πολιτικές αντιμετώπισης της*, Πρακτικά Συνεδρίου «Χωροθέτηση επιχειρήσεων: οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις». Χίος, σ. 603, 1998
- ΤΣΑΡΤΑΣ Π., *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα 1996
- DOSWELL ROGGER, *Τουρισμός: Ο ρόλος του αποτελεσματικού μανατζμεντ*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2002.
- HARRISON D. (επιμέλεια), *Tourism and the less development countries*, J. Wiley and Sons, London 1995
- GARTNER WILLIAMAM, *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 1996
- GEE C., J. MAKENS, D. CHOY (επιμέλεια Θ. Μαυροδόντης), *Τουριστική & Ταξιδιωτική Βιομηχανία*, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2001

ΤΟΑ-Μ02: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να εξετασθεί και αναλυθεί ο ρυθμιστικός ρόλος του Κράτους στην τουριστική οικονομία, δηλαδή η συστηματική και εσκεμμένη ρυθμιστική παρέμβασή του σε αυτήν, προκειμένου να επηρεάσει την παραγωγική της δραστηριότητα προς την επιθυμητή κατεύθυνση και να γίνει καλύτερα αντιληπτή η έννοια και η σκοπιμότητα του κρατικού παρεμβατισμού στην τουριστική οικονομία.

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμβάθυνση εξειδικευμένων θεωρητικών γνώσεων που πρέπει να κατέχουν τα στελέχη της δημόσιας διοίκησης, για τη διαμόρφωση στρατηγικών στόχων και τη διατύπωση μέτρων και μέσων τουριστικής πολιτικής σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Τουρισμός και τουριστική πολιτική
- Γενικά για την τουριστική πολιτική
- Θεωρητικό υπόβαθρο της τουριστικής πολιτικής
- Γενικές επιδιώξεις, σκοποί και στόχοι της τουριστικής πολιτικής
- Μέσα και μέτρα της τουριστικής πολιτικής
- Λειτουργική σχέση των μεταβλητών της τουριστικής πολιτικής
- Προγραμματισμός της τουριστικής πολιτικής
- Διαδικασία λήψης αποφάσεων της τουριστικής πολιτικής

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Θεωρητικές και Πρακτικές Προϋποθέσεις για μια Αποτελεσματική Πολιτική*, Τουρισμός και Οικονομία. Τεύχος 71,σελ.48-52, 1984

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Ο απλοϊκός εμπειρισμός, η τουριστική πολιτική και η ώρα της κρίσης (1992)*, Σύγχρονα Θέματα, Τεύχος 34, Αθήνα 1998

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Ας δούμε επιτέλους τον τουρισμό ως βιομηχανία*, Οικονομικός Ταχυδρόμος, 5-1-2002

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Τουριστική Πολιτική*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1999

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική και Τουρισμός, Επιθεώρηση Οικονομικής Επιστήμης*, Έκδοση Τ.Ε.Ι. Ηπείρου, Παράρτημα Πρέβεζας, Τεύχος 1, Πρέβεζα, 2001

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Τουριστική Πολιτική χωρίς Πρόγραμμα*, Οικονομικός Ταχυδρόμος. Οκτώβριος 1992

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Προϋποθέσεις για τη χάραξη και εφαρμογή μιας Ρεαλιστικής Πολιτικής Τουριστικής Ανάπτυξης*, ΥΠΕΠΘ, Ινστιτούτο Τεχνολογικής Εκπαίδευσης, Αθήνα, 2000

ΚΟΥΡΤΗΣ Π., *Στρατηγική και ανταγωνιστικότητα στον τουρισμό στο πλαίσιο της περιφερειακής ανάπτυξης*, Διδ. Διατριβή (αδημοσίευτη) Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα. 2004

ΛΑΓΟΣ Δ., *Τουριστική Ανάπτυξη και Δομημένο Περιβάλλον*, Δημοσίευση στα Πρακτικά Διεθνούς Επιστημονικού Συνεδρίου με θέμα «Περιφερειακή ανάπτυξη, χωροταξία και περιβάλλον στο πλαίσιο της ενωμένης Ευρώπης» που οργανώθηκε από το Σύνδεσμο Ελλήνων

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΟΛΟΓΩΝ (ΣΕΠ) ΚΑΙ ΤΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΟΠΟΣ, Έκδοση ΣΕΠ-ΤΟΠΟΣ, Τόμος III, σελ.214-227 Αθήνα 1996

ΜΥΛΩΝΑΣ Α., *Ο Τουρισμός ως κινητήρια δύναμη της χώρας*, Πρακτικά Συνεδρίου Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με θέμα: «*Το Παρόν και το μέλλον της Ελληνικής Οικονομίας*». Τόμος Α. Έκδοση Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Αθήνα, σελ. 595-615, 1997

INCKEEP E., *Tourism Planning : an integrated and sustainable development approach*, Jwiley and Sons, Inc., New York., 1991

IGOUMENAKIS NIKOS G., *The Necessity to Formulate and Implement an Effective Tourism Policy*, Paper presented at the First International Scientific Congress, organized by the National Technical University of Athens, Department of Geography and Regional Planning, Athens 1998

LAGOS D. - P. TSARTAS, - E. STAMATIOU, *Tourism policy and tourist development planning*, Εισήγηση στο διεθνές συνέδριο XVI AESOP CONGRESS «*Planning in Border Regions*» University of Thessaly, July 10-15, 2002

O' HAGAN J. et al., *The Tourism Industry and the Tourism Policy: policies of the twelve member states of the Commission of the European Communities*» - Directorate General for Transport, Brussels. 1985

TSARTAS. P. & D. LAGOS, *Hotel Management and Tourism Policy in Greece: A Critical Assessment in Tourism and Hospitality in 21st Century* (Editors Mukesh Ranga, Ashish Chandra), pp 202-224, Published by Discovery Publishing House, New Delhi 2003

ΤΟΑ-Μ03: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να γίνει ενημέρωση επί των κυριότερων σημείων της τουριστικής νομοθεσίας, που αφορούν μεταξύ άλλων τις τουριστικές επενδύσεις, την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, την οργανωτική δομή και τις αρμοδιότητες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, καθώς επίσης την σχετική με τον Τουρισμό νομοθετική δραστηριότητα των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμβάθυνση ειδικών γνώσεων που πρέπει να κατέχουν τα μελλοντικά στελέχη της δημόσιας διοίκησης σε θέματα νομοθετικής δραστηριότητας στον τουρισμό, τόσο σε ελληνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο .

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Παραγωγικές επενδύσεις στον τουρισμό
- Αναπτυξιακοί Νόμοι 2601/1998 και 3299/2004
- Περιοχές και ζώνες τουριστικής ανάπτυξης
- Κίνητρα που παρέχονται από το νόμο
- Περιοχές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης
- Προστασία φυσικού περιβάλλοντος
- Προστασία πολιτιστικού περιβάλλοντος
- Έλεγχος τουριστικής ανάπτυξης της χώρας
- Οργανωτική διάρθρωση και αρμοδιότητες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης
- Οργανωτική διάρθρωση και αρμοδιότητες του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού
- Αποκέντρωση – Ενίσχυση Ο.Τ.Α
- Κοινοτικές δράσεις υπέρ του τουρισμού
- Πράσινη Βίβλος για τον τουρισμό
- Θέματα που αφορούν τα ξενοδοχεία
- Θέματα που αφορούν τις μεταφορές
- Προστασία περιβάλλοντος

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ / ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

ΕΥΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΥ-ΜΟΡΑΚΗ-ΓΑΡΓΑΛΙΔΗ, *Ξενοδοχειακή Νομοθεσία*, 1958

- ΕΥΘΥΜΙΑΤΟΥ-ΠΟΥΛΑΚΟΥ Α., *Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας*, 1987
- ΕΥΘΥΜΙΑΤΟΥ-ΠΟΥΛΑΚΟΥ Α., *Εργατική και Ξενοδοχειακή Νομοθεσία*, α' εκδ. 1981, β' εκδ. 1993
- ΚΑΛΦΙΩΤΗ ΣΤ., *Τουριστικά Επιχειρήσεις*, 1972
- ΜΟΝΙΑΡΟΥ Ι., *Τουριστικά Επιχειρήσεις*, 1976
- ΜΟΥΝΤΑΝΟΥ Ε., *Κώδικας Ξενοδοχειακής Νομοθεσίας και Νομολογίας*, 1979
- ΡΑΠΤΑΡΧΗ Π., *Διαρκής Κώδιξ Νομοθεσίας. Τ.188 – Τύπος και Τουρισμός*
- ΤΣΕΤΣΕΚΟΥ Φ., *Το δίκαιο του Τουρισμο*, 1976
- ΒΙΗΛ L., *Droit des hotels, restaurants et champings, Librairies techniques*, 1981
- BOULANGER FR., *Tourism et Loisirs dans les droits prives europeens*, 1996
- FRIDMAN G.H.L., *Law of Agency*, Butterworths, 1983
- CORKE J., *Tourism La*, 1989
- PANNETT A., *Principles of Hotel and Catering Law*, Hoit, 1984
- PANNETT ALAN AND MICHAEL BOELLA, *Principles of Hospitality Law*, 1996

ΤΟΑ-Σ02: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΤΟΑ-Μ04: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να εξετασθεί η τουριστική οικονομία και να δοθεί μια ολοκληρωμένη και σαφής εικόνα του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί αυτή και κυρίως να συνειδητοποιηθεί ο σημαντικός ρόλος που κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να διαδραματίσει στην προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης μιας οικονομίας σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμβάθυνση βασικών οικονομικών γνώσεων για την κατανόηση του πολύπλευρου τουριστικού φαινομένου, οι οποίες είναι χρηστικές στα στελέχη της Δημόσιας Διοίκησης καθώς τα βοηθούν στη λήψη ορθολογικών αποφάσεων με οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Η τουριστική οικονομία δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας.
- Οι βασικές εισαγωγικές έννοιες της τουριστικής οικονομίας.
- Η ζήτηση τουριστικών προϊόντων και η συμπεριφορά του τουρίστα.
- Οι βασικές αρχές που διέπουν την τουριστική παραγωγή.
- Οι βασικοί συντελεστές παραγωγής του τουριστικού προϊόντος.
- Το κόστος παραγωγής και η προσφορά τουριστικών προϊόντων.
- Η μέτρηση και η πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης.
- Η τιμή και ποσότητα ισορροπίας ενός τουριστικού προϊόντος

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΚΗ – ΚΡΙΤΣΩΤΑΚΗ ΡΟΔΑΝΘΗ, *Τουριστική Οικονομία*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2000

ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ ΣΤΕΛΙΟΣ, *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1998

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών*, Τόμος Α', Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ), Πάτρα, 1999

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Package Tour Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000

- ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ, *Τουριστική Οικονομία*, Τόμος Β', Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1997
- ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ, ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ ΚΩΣΤΑΣ, ΛΥΤΡΑΣ ΠΕΡΙΚΛΗΣ. *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Interbooks, Αθήνα 1998
- ΚΑΛΦΙΩΤΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ, *Τουριστική Οικονομική*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1976
- ΚΟΚΚΩΣΗΣ Χ. ΚΑΙ Π. ΤΣΑΡΤΑΣ., *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Κριτική, Αθήνα 2001
- ΚΟΛΤΣΙΔΟΠΟΥΛΟΣ Γ. «*Τουρισμός: Θεωρητική προσέγγιση*». Εκδόσεις Ελλην, Αθήνα 2000
- ΧΥΤΗΡΗΣ Λ., *Τουριστικά Γραφεία*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1995
- GEE C., J. MAKENS, D. CHOY (επιμέλεια Θ. Μαυροδόντης), *Τουριστική & Ταξιδιωτική Βιομηχανία*, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2001
- Gray H.P., *The Contribution of Economics to Tourism, Annals of Tourism Research*, Vol. 10, No. 1, σσ. 9-33, 1983
- LUNDBERG D., M. KRISHNAMOORTHY, M. STAVENGA., *Tourism Economics*, John Wiley & Sons, Inc. USA, 1995

ΤΟΑ-Ε01: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι η θεωρητική εμπέδωση του μεθοδολογικού πλαισίου που ακολουθείται για την κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου σχετικού με την τουριστική δραστηριότητα για να γίνουν κατανοητές οι επιμέρους οικονομικές παράμετροι που το συγκροτούν.

Ειδικοί στόχοι:

Η παροχή εξειδικευμένης γνώσης στην ανάλυση οικονομικής αξιολόγησης επιχειρηματικών σχεδίων και προγραμμάτων στον τομέα του τουρισμού. Οι σπουδαστές θα μπορούν να εκτιμήσουν την οικονομική εφικτότητα των επιχειρηματικών σχεδίων και προγραμμάτων, να την αξιολογήσουν με οικονομικά κριτήρια και να εντοπίσουν τις επιπτώσεις στους διάφορους τομείς της οικονομικής δράσης της τουριστικής βιομηχανίας.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Το επιχειρηματικό σχέδιο επένδυσης (BUSINESS PLAN) είναι μια πολυσύνθετη δραστηριότητα που απαιτεί μια σειρά από καλά σχεδιασμένες αποφάσεις και ενέργειες διάθεσης των τουριστικών πόρων για να δημιουργηθεί μια νέα τουριστική μονάδα ή να επεκταθεί μια υφιστάμενη και να παράγει τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες, τα οποία ζητούνται στην τουριστική αγορά. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι η πυξίδα κάθε οικονομικής μονάδας και δείχνει τη διαχρονική διάθρωση των οικονομικών της δεδομένων για την επίτευξη των στόχων της.

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΚΑΡΒΟΥΝΗΣ Σ., *Οικονομοτεχνικές μελέτες*, Εκδόσεις Σταμούλης, Πειραιάς 1993

ΜΠΙΤΣΙΚΑΣ Γ., *Κοινωνική αξιολόγηση δημοσίων επενδύσεων στην Ελλάδα*, ΚΕΠΕ, Αθήνα 1986

ΤΟΑ-Μ05: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να περιγράψει και να αναλύσει βασικά δομικά στοιχεία της ελληνικής οικονομίας, δίνοντας τελικά έμφαση στα συστατικά στοιχεία του τουρισμού στην Ελλάδα, στη θέση της χώρας μας στην παγκόσμια τουριστική αγορά, στις τάσεις που διαμορφώνονται για την περαιτέρω τουριστική της ανάπτυξη, στις δυνατότητες και στα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει έναντι των άλλων ανταγωνιστικών χωρών, καθώς και στην αναγκαιότητα ποιοτικής αναδιάρθρωσης και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος της χώρας.

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμπάθυνση ειδικών γνώσεων που αφορούν τα κύρια ζητήματα που απασχολούν τον ελληνικό τουρισμό και να αποκτήσουν δεξιότητες, για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Η εξέλιξη του τουρισμού σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Η θέση του ελληνικού τουρισμού στην παγκόσμια τουριστική αγορά.
- Η δομή της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.
- Η συμβολή του τουρισμού στα μακροοικονομικά μεγέθη (συνάλλαγμα, απασχόληση, εισόδημα, δείκτες αποδοτικότητας).
- Ο τουρισμός αλλοδαπών στην Ελλάδα. Δυνατότητες και προοπτικές ανάπτυξής του.
- Ο εσωτερικός τουρισμός και η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη.
- Το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Δυνατότητες ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Χαρακτηριστικά παραδείγματα από την ελληνική πραγματικότητα

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Τουριστική Κατανάλωση*, ΚΕΠΕ, Αθήνα 1985

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Ο Τουρισμός Παράγοντας οικονομικής Ανάπτυξης της Ηπείρου*, Διεθνές Συνέδριο για την ανάπτυξη των λιγότερο αναπτυγμένων χωρών της Ευρώπης, Πρέβεζα, 2001

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Η Απασχόληση στην Τουριστική Βιομηχανία της Ελλάδας*, ΥΠΕΠΘ, Ινστιτούτο Τεχνολογικής Εκπαίδευσης, Τεύχος 6, Αθήνα, 2001, ΙΤΕΠ, «Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός», Τεύχος Νο 6, Αθήνα 1998.

ΛΑΓΟΣ Δ., *Τα διαρθρωτικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, Τουρισμός και Οικονομία*, τεύχος 136, Αθήνα 1990

ΛΑΓΟΣ Δ., *Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη, ΤΟΠΟΣ*, τεύχος 14, Αθήνα 1998

ΛΑΓΟΣ Δ., *Ο Τουρισμός ως Παράγοντας Προώθησης της Περιφερειακής Ανάπτυξης*, Δημοσίευση στην Επιθεώρηση Αστικών και Περιφερειακών Μελετών *ΤΟΠΟΣ*, Τεύχος 14/1998, σελ. 47-65

ΛΑΓΟΣ Δ., *Η Τουριστική Αστικοποίηση ως μια νέα μορφή χωρικής ανάπτυξης*, Δημοσίευση στην Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος, *ΤΟΠΟΣ*, Τεύχος 17/2001, σελ. 125-146

ΠΑΥΛΟΠΟΥΛΟΣ, Π. Γ. - Α. Κ. ΚΟΥΖΕΛΗΣ, *Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός*, ΙΤΕΠ, 1998

ΤΣΙΤΟΥΡΑΣ Α., *Η εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα και στις Ανταγωνίστριες χώρες*, ΙΤΕΠ 1998

IGOUMENAKIS NIKOS G., *Prerequisites for Tourism Development of Small Inhabited Greek Islands with Limited Economic Activity*, paper presented at the International Scientific Conference organized by the Business School of the University of the Aegean.

LEONTIDOU LILA, *Greece: Prospects and contradictions of tourism in the 1980s in Tourism & Economic Development* by Allan M. Williams and Gareth Shaw, Belhaven Press, 1991

MANOLOGLOU E., P. TSARTAS, A. MARKOU AND B. PAPLIAKOU, 2000, *Ο Τουρισμός ως παράγοντας κοινωνικής αλλαγής*, ΕΞΑΝΤΑΣ - ΕΚΚΕ, Αθήνα

TSARTAS, P. - D. LAGOS, *Hotel Management and Tourism Policy in Greece: A Critical Assessment* in *Tourism and Hospitality in 21st Century* (Editors Mukesh Ranga, Ashish Chandra), pp 202-224, Published by Discovery Publishing House, New Delhi, 2003

TSARTAS, P. - D. LAGOS, *Critical appraisal of regional tourism development and policy in Greece*, JOURNAL OF APPLIED ECONOMICS AND MANAGEMENT, Vol. 2, No. 1, 2004

WTTC (WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL), *Travel & Tourism's Economic Perspective*, Brussels, Belgium 1995

ΤΟΑ-Ε02: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΚΟΙΝΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι να αποκτηθούν οι απαραίτητες γνώσεις για το περιεχόμενο και τη λογική των διαφόρων κοινοτικών προγραμμάτων τα οποία ενισχύουν την ιδιωτική τουριστική επιχειρηματική δραστηριότητα και προωθούν την αναπτυξιακή διαδικασία.

Ειδικοί στόχοι:

Η απόκτηση και εμβάθυνση ειδικών γνώσεων που αφορούν τα κύρια ζητήματα που απασχολούν τον ελληνικό τουρισμό και να αποκτήσουν δεξιότητες, για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- Να γίνει κατανοητός ο ρόλος των κοινοτικών προγραμμάτων στην τουριστική ανάπτυξη.
- Να παρουσιαστούν τα κυριότερα κοινοτικά προγράμματα που είναι «ανοικτά» ή επαναλαμβάνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα..

ΤΟΑ-Σ03: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΤΟΑ -Μ07: ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να γίνουν κατανοητές οι γενικές αρχές του μάρκετινγκ καθώς επίσης να συνειδητοποιηθεί η τεράστια σημασία που έχει αυτό τόσο για τις τουριστικές επιχειρήσεις, όσο και για τους ελεγχόμενους απόλυτα από το κράτος εθνικούς οργανισμούς τουρισμού. Και ακόμα να συνειδητοποιηθούν οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού μάρκετινγκ και να εξηγηθεί γιατί αυτό απαιτεί μια διαφορετική προσέγγιση από αυτήν του μάρκετινγκ αγαθών.

Ειδικοί στόχοι:

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος οι σπουδαστές θα έχουν εξοικειωθεί με τις βασικές θεωρητικές αρχές μάρκετινγκ και αφετέρου με τις ιδιομορφίες του μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών (Destination Marketing) και τα εργαλεία προβολής που εφαρμόζονται στην περίπτωση χωρών και περιφερειών.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Ο ρόλος του μάρκετινγκ στις σύγχρονες επιχειρήσεις και τους δημόσιους οργανισμούς.
- Ο τουρισμός και το τουριστικό μάρκετινγκ.
- Ο προγραμματισμός του τουριστικού μάρκετινγκ.
- Η έρευνα τουριστικού μάρκετινγκ.
- Η ανάλυση της αγοραστικής συμπεριφοράς του τουρίστα.
- Η τουριστική αγορά και η τμηματοποίησή της.
- Η πολιτική του τουριστικού προϊόντος.
- Η πολιτική τιμολόγησης του τουριστικού προϊόντος.
- Η πολιτική διανομής του τουριστικού προϊόντος.
- Η πολιτική προώθησης του τουριστικού προϊόντος.
- Οι δημόσιες σχέσεις στον τουρισμό.
- Η τουριστική διαφήμιση.
- Οι προσωπικές πωλήσεις στον τουρισμό.
- Η προώθηση πωλήσεων στον τουρισμό.
- Το Internet marketing στον τουρισμό.
- Το μάρκετινγκ της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1999

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ. – ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, ΓΙΩΡΓΟΣ Ν., *Τουριστικό Μάρκετινγκ – Γενικές Αρχές*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2004

ΠΙΕΤΡΕΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα, 1998

IGOUMENAKIS GEORGE N., *Marketing Greece as a Tourism Destination*, M.Sc.Disertation, Surrey University, Surrey 1991

HOLLOWAY CHRISTOPHER J. AND PLANT R.V., *Marketing for Tourism*, Pitman Publishing, London 1988

GREENE M., *Marketing Hotels and Restaurants into the '90s*, Second Edition, Heinemann, Oxford 1994

MIDDLETON VICTOR J.E., *Marketing in Travel and Tourism*, Heinemann Professional Publishing, Oxford 1988

WAHAB S.E., CRAMPTON L. J. AND ROTHFIELD L.M., *Tourism Marketing*, Tourism International Press, London 1986

SCHMOLL G.A., *Tourism Promotion*, Tourism International Press, London 1977

ASHWORTH G. AND WOOGD H., *Selling the City*, Belhaven Press, London 1991

MIDDLETON V.T.C. AND HAWKINS R., *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Butterworth – Heinemann, Oxford 1998

MORRISON A., *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Μετάφραση-Επιμέλεια Στέργιος Ρεκούδης, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

ΠΡΩΤΟΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Αθανάσιος Σταμούλης, Αθήνα 2003

HOLLOWAY CHRISTOPHER AND ROBINSON CHRIS, *Marketing for Tourism*, Third Edition, Prentice Hall, Harlow, Essex 1995

ASHWORTH G.J. AND GOODALL B., *Marketing Tourism Places*, Routledge, London 1990

BISHOP J., *Travel Marketing*, Bailey Bros and Swinfen, New Romney 1981

COLTMAN M., *Tourism Marketing*, Van Nostrand Reinhold, New York 1989

DOSWELL R. AND GAMBLE P.R., *Marketing and Planning Hotels and Tourism Projects*, Barrie and Jenkins, London, 1979

FOSTER D., *Sales and Marketing for the Travel Professional*, Mac Grow – Hill, London, 1991

GARTRELL R., *Destination Marketing for Convention and Visitors Bureaus*, Kendall Hunt, Dubuque, Iowa 1989

GOLD J.R and WARD S.V., *Place Promotion: the use of Publicity and Public Relations to Sell Places*, Belhaven Press, London 1993

GOODALL B. and ASHWORTH G., *Marketing in the Tourism Industry: the Promotion of Destination Regions*, Croom Helm, Beckenham 1988

HAWKINS D.E., SHAFER E.L AND ROVELSTAND J.M. (EDS), “*Tourism Marketing and Management Issues*”. George Washington University, Washington, D.C, 1980

HEATH E. AND WALL G., *Marketing Destinations: a Strategic Planning Approach*, John Wiley, New York 1992

LANQUAR R. AND HOLLIER R., *Le Marketing Touristique*, Presses Univ. de France, Paris, 1981

LAWS E., *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*, Stanley Thor nes, Cheltenham 1991

LEWIS R. and CHAMBERS R., *Marketing Leadership in Hospitality*, van Nostrand Reinhold, New York 1989

LICKORISH L.J. AND JEFFERSON A., *Marketing Tourism*, Longman, 2nd Edition, London 1991

MIDDLETON V., *Marketing in Travel and Tourism*, Heinemann, 2nd Edition, Oxford 1994

TEARE R, CALVER S., MARANEC J. AND CRAWFORD-WELCH, S., *Marketing in Hospitality and Tourism*, Cassell, London,1994

WAHAB S., CRAMPTON L. and ROTHFIELD L., *Tourism Marketing*, Tourism International Press,London 1976

WOOD M.(ED.), *Tourism Marketing for the Small Business*, English Tourist Board, London 1980

ΤΟΑ-Μ08: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να συνδεθεί η θεωρία του μάρκετινγκ με τις πραγματικές απαιτήσεις προβολής και προώθησης ενός τουριστικού προορισμού σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Ιδίως επιδιώκεται η εξοικείωση με τα σύγχρονα εργαλεία του destination marketing και η απόκτηση δεξιοτήτων ως προς την εφαρμογή τους για τις απαιτήσεις ενός περιφερειακού ή εθνικού οργανισμού τουρισμού.

Ειδικοί στόχοι:

Βάσει των θεωρητικών αρχών του μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να αναλάβουν την εκπόνηση ολοκληρωμένου σχεδίου μάρκετινγκ καθώς και την παρακολούθηση και υποστήριξη της υλοποίησής του στην πράξη.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Έρευνα και ανάλυση της αγοράς
- Τμηματοποίηση αγοράς και επιλογή αγορών-στόχων
- Θέσπιση στρατηγικών και τακτικών στόχων Μάρκετινγκ
- Εκπόνηση Στρατηγικής Μάρκετινγκ
- Εκπόνηση Μείγματος Μάρκετινγκ
- Καθορισμός απαιτούμενων πόρων (προϋπολογισμός Μάρκετινγκ, προσωπικό κοκ.)
- Έλεγχος αποτελεσματικότητας

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ., *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1999

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ. – ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, ΓΙΩΡΓΟΣ Ν., *Τουριστικό Μάρκετινγκ – Γενικές Αρχές*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2004

ΠΙΕΤΡΕΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα, 1998

IGOUMENAKIS GEORGE N., *Marketing Greece as a Tourism Destination*, M.Sc.Disertation, Surrey University, Surrey 1991

HOLLOWAY CHRISTOPHER J. AND PLANT R.V., *Marketing for Tourism*, Pitman Publishing, London 1988

- GREENE M., *Marketing Hotels and Restaurants into the '90s*, Second Edition, Heinemann, Oxford, 1994
- MIDDLETON VICTOR J.E., *Marketing in Travel and Tourism*, Heinemann Professional Publishing, Oxford, 1988
- WAHAB S.E., CRAMPTON L. J. AND ROTHFIELD L.M., *Tourism Marketing*, Tourism International Press, London 1986
- SCHMOLL G.A., *Tourism Promotion*, Tourism International Press, London 1977
- ASHWORTH G. AND WOODG H., *Selling the City*, Belhaven Press, London 1991
- MIDDLETON V.T.C. AND HAWKINS R., *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Butterworth – Heinemann, Oxford 1998
- MORRISON A., *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Μετάφραση-Επιμέλεια Στέργιος Ρεκούδης, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- ΠΡΩΤΟΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Αθανάσιος Σταμούλης, Αθήνα 2003
- FOSTER D., *Sales and Marketing for the Travel Professional*, Mac Grow – Hill, London 1991
- GARTRELL R. *Destination Marketing for Convention and Visitors Bureaus*, Kendall Hunt, Dubuque, Iowa, 1989
- GOLD J.R and WARD S.V., *Place Promotion: the use of Publicity and Public Relations to Sell Places*, Belhaven Press, London 1993
- GOODALL B. and ASHWORTH G., *Marketing in the Tourism Industry: the Promotion of Destination Regions*, Croom Helm, Beckenham 1988
- HAWKINS D.E., SHAFER E.L AND ROVELSTAND J.M. (EDS), *Tourism Marketing and Management Issues*, George Washington University, Washington, D.C, 1980
- HEATH E. AND WALL G., *Marketing Destinations: a Strategic Planning Approach*, John Wiley, New York 1992
- LANQUAR R. AND HOLLIER R., *Le Marketing Touristique*, Presses Univ. de France, Paris, 1981
- LAWS E., *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*, Stanley Thor nes, Cheltenham 1991
- LEWIS R. and CHAMBERS R., *Marketing Leadership in Hospitality*, van Nostrand Reinhold, New York 1989
- LICKORISH L.J. AND JEFFERSON A., *Marketing Tourism*, Longman, 2nd Edition, London 1991
- MIDDLETON V., *Marketing in Travel and Tourism*, Heinemann, 2nd Edition, Oxford 1994
- TEARE R., CALVER S., MARANEC J. AND CRAWFORD-WELCH S., *Marketing in Hospitality and Tourism*, Cassell, London 1994

WAHAB S., CRAMPTON L. and ROTHFIELD L., *Tourism Marketing*, Tourism International Press, London 1976

WOOD M. (ED.), *Tourism Marketing for the Small Business*, English Tourist Board, London 1980

ΤΟΑ-Ε03: ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι να αναλυθούν οι βασικές έννοιες της τουριστικής αγοράς, οι αρχές που τη διέπουν και οι σχετικές ιδιαιτερότητες, καθώς και οι διάφορες μεθοδολογίες που διεθνώς έχουν αναπτυχθεί για την κατανόηση των αναγκών και τάσεων που παρουσιάζουν οι καταναλωτές των τουριστικών προϊόντων

Ειδικοί στόχοι:

Οι σπουδαστές να είναι σε θέση να κατανοούν τα εργαλεία της διενέργειας μιας Έρευνας Αγοράς στο χώρο του Τουρισμού, να συντάσσουν ερωτηματολόγια, να πραγματοποιούν έρευνες τουριστικής αγοράς και να αξιοποιούν όλα τα μεθοδολογικά εργαλεία της έρευνας στην τουριστική αγορά.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- Τα περιεχόμενα της έρευνας τουριστικής αγοράς.
- Ανάλυση των μεθοδολογικών βημάτων της έρευνας της τουριστικής αγοράς.
- Ποσοτικές και ποιοτικές μεθοδολογίες έρευνας τουριστικής αγοράς.
- Παραδείγματα, υποδειγματικές ασκήσεις.

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΛΑΓΟΣ Δ., *Δυνατότητες αξιοποίησης των ποιοτικών μεθόδων τουριστικής έρευνας στην περιφερειακή ανάπτυξη*, Πρακτικά 2^{ου} διεθνούς επιστημονικού συνεδρίου με θέμα «Διευρυμένη Ευρώπη και Περιφερειακές Ανισότητες», Εκδοση ΤΕΙ Ηπείρου, σελ. 290 – 300, Πρέβεζα 03-04/06/2004

ΛΑΓΟΣ Δ., *Πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης με ποιοτικές μεθόδους*, Επιστημονική Επετηρίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Τόμος Β, σελ. 575-588., Πειραιάς 2001

ΧΡΗΣΤΟΥ Ε., *Έρευνα τουριστικής αγοράς*, Interbooks, Αθήνα 1999

SMITH S.L.J., *Tourism Analysis*, Longman Scientific and Technical, England 1989

VEAL A.J., *Research Methods for Leisure and Tourism*, Pitman/I.L.A.M., 2nd edition, 1997

ΤΟΑ-Ε04: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι η πρακτική εφαρμογή της θεωρίας του μάρκετινγκ μέσα από μια ολοκληρωμένη άσκηση σχεδιασμού μιας επικοινωνιακής καμπάνιας. Η ολοκληρωμένη καμπάνια θα καλύψει όλα τα επικοινωνιακά εργαλεία που ενδείκνυται για το μάρκετινγκ τουριστικού προορισμού όπως λ.χ. η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, το Internet Marketing, η προώθηση πωλήσεων κ.ο.κ.

Ειδικοί στόχοι:

Οι σπουδαστές να είναι σε θέση να κατανοούν τη λειτουργία της Υπηρεσίας Δημόσιων Σχέσεων στον τομέα του τουρισμού τόσο στο Δημόσιο όσο και στον Ιδιωτικό. Ειδικότερα να είναι σε θέση να διαμορφώνουν την επικοινωνιακή πολιτική των φορέων του Δημόσιου τομέα του τουρισμού.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- Επιλογή ακροατηρίου-στόχου της καμπάνιας
- Θέσπιση επικοινωνιακών στόχων
- Επιλογή επικοινωνιακού μείγματος
- Σχεδιασμός μηνυμάτων της καμπάνιας
- Καθορισμός προϋπολογισμού και λοιπών πόρων της καμπάνιας
- Μέτρηση αποτελεσματικότητας της καμπάνιας

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Γ. – ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ, ΓΙΩΡΓΟΣ Ν., *Τουριστικό Μάρκετινγκ – Γενικές Αρχές*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2004

ΠΕΤΡΕΑΣ, ΧΡΗΣΤΟΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα 1998

HOLLOWAY CHRISTOPHER J. AND PLANT R.V., *Marketing for Tourism*, Pitman Publishing, London 1988

GREENE M., *Marketing Hotels and Restaurants into the '90s*, Second Edition, Heinemann, Oxford 1994

MORRISON A., *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Μετάφραση-Επιμέλεια Στέργιος Ρεκούδης, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα

ΠΡΩΤΟΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Αθανάσιος Σταμούλης, Αθήνα 2003

HOLLOWAY CHRISTOPHER AND ROBINSON CHRIS, *Marketing for Tourism*, Third Edition, Prentice Hall, Harlow, Essex 1995

COLTMAN M., *Tourism Marketing*, Van Nostrand Reinhold, New York 1989

DOSWELL R. AND GAMBLE P.R, *Marketing and Planning Hotels and Tourism Projects*, Barrie and Jenkins, London 1979

FOSTER D., *Sales and Marketing for the Travel Professional*, Mac Grow – Hill, London 1991

GARTRELL R., *Destination Marketing for Convention and Visitors Bureaus*, Kendall Hunt, Dubuque, Iowa 1989

GOLD J.R and WARD S.V., *Place Promotion: the use of Publicity and Public Relations to Sell Places*, Belhaven Press, London 1993

GOODALL B. and ASHWORTH G., *Marketing in the Tourism Industry: the Promotion of Destination Regions*, Croom Helm, Beckenham 1988

HEATH E. AND WALL G., “*Marketing Destinations: a Strategic Planning Approach*”, John Wiley, New York, 1992.

LAWS E., *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*, Stanley Thor nes, Cheltenham, 1991

LEWIS R. and CHAMBERS R., *Marketing Leadership in Hospitality*, van Nostrand Reinhold, New York 1989

LICKORISH L.J. AND JEFFERSON A., *Marketing Tourism*, Longman, 2nd Edition, London 1991

MIDDLETON V., *Marketing in Travel and Tourism*, Heinemann, 2nd Edition, Oxford 1994

TEARE R, CALVER S., MARANEC J. AND CRAWFORD-WELCH S., *Marketing in Hospitality and Tourism*, Cassell, London 1994

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η ειδική φάση σπουδών περιλαμβάνει τόσο θεωρητική όσο και εφαρμοσμένη εκπαίδευση, η οποία έχει στόχο την καλλιέργεια και ενίσχυση των γλωσσικών γνώσεων και δεξιοτήτων των μελλοντικών εξειδικευμένων στελεχών σε θέματα Τουριστικής Πολιτικής, ώστε να αντεπεξέρχονται με αποτελεσματικότητα και δυναμισμό στην ανταγωνιστική διεθνή κοινότητα. Σκοπός του μαθήματος είναι η κάλυψη ειδικών γλωσσικών δεξιοτήτων επαγγελματικού τύπου σε θέματα που άπτονται των γνωστικών αντικειμένων του Τμήματος.

Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ενίσχυση του πνεύματος της άμιλλας και της συνεργασίας λόγω της αυξημένης πολυπλοκότητας των θεμάτων που καλούνται να διαχειριστούν μέσω ομαδικών δραστηριοτήτων, όπως είναι οι τεχνικές διαπραγματεύσεων, η επίλυση συγκρούσεων και θέματα που άπτονται του επαγγελματικού πεδίου των συγκεκριμένων στελεχών. Οι επικοινωνιακές αλλά και κοινωνικές δεξιότητες είναι βασικά στοιχεία για τον ρόλο που καλούνται να παίξουν, καθώς είναι απαραίτητη η συνεργασία με ομολόγους τους άλλων χωρών και Αντιπροσωπείες Διεθνών Οργανισμών. Οι Διεθνείς Εκθέσεις, τα Συνέδρια, οι Εκθεσιακές Εκδηλώσεις του εξωτερικού είναι μερικά από τα διαφορετικά γλωσσικά πλαίσια, και τα οποία απαιτούν γλωσσική εγρήγορση και ευελιξία, ώστε να είναι αποτελεσματικά ως προς την παρουσίαση και προώθηση της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας προς τον υπόλοιπο κόσμο.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η Τουριστική Ανάπτυξη και Πολιτική, η Τουριστική Οικονομία και Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, το Θεσμικό Πλαίσιο και οι Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό, η Οργάνωση Εκθεσιακών και Συνεδριακών Εκδηλώσεων και οι Δημόσιες Σχέσεις είναι κάποιοι από τους άξονες, τα θέματα των οποίων χρησιμοποιούν οι διδάσκοντες στην ξένη γλώσσα και στοχεύουν σε ένα διττό ρόλο:

1. στην καλλιέργεια δεξιοτήτων γραπτής επικοινωνίας:

- με μεταφραστική άσκηση (ευθεία και αντίστροφη) κειμένων από πρωτότυπες πηγές.
- με την ανάπτυξη γλωσσικών δεξιοτήτων προφορικής και γραπτής επικοινωνίας επαγγελματικού τύπου όπως σύνταξη αίτησης, ανακοίνωσης, περίληψης, αναφοράς, πρακτικών, ενημερωτικών δελτίων.
- με την εξοικείωση των σπουδαστών/τριών με βασικές έννοιες και όρους του χώρου της διεθνούς διπλωματίας, των δημοσίων σχέσεων, του διεθνούς εμπορικού δικαίου, των ευρωπαϊκών θεσμών που αφορούν την επιχειρηματικότητα και την ευρωπαϊκή οικονομική πολιτική.

2. στην καλλιέργεια δεξιοτήτων προφορικής επικοινωνίας:

- με διαδραστικές ασκήσεις μέσα σε μικρές ή μεγαλύτερες ομάδες με στόχο την ανάπτυξη της έκφρασης.
- με προσομοίωση συνεντεύξεων με στόχο τη μορφοποίηση κοινωνικών δεξιοτήτων.
- με ασκήσεις προσομοίωσης στις τεχνικές διαπραγματεύσεων με στόχο την ανάπτυξη επικοινωνιακών δεξιοτήτων.
- με παρουσιάσεις ειδικών θεμάτων με στόχο τη διαχείριση της πληροφορίας.
- με προσομοίωση παρουσίασης του καθημερινού προγράμματος εργασίας του στελέχους των υπηρεσιακών μονάδων του τουρισμού.

Αναλυτικότερα, τα θεματικά πεδία από τα οποία καλλιεργείται τόσο ο γραπτός όσο και ο προφορικός λόγος αντλούνται από την παρακάτω θεματολογία:

- Τουριστική Οικονομία
- Η Επιχειρηματική Δραστηριότητα της Ελλάδας στο εξωτερικό
- Ευρωπαϊκή Ένωση και Ελληνική Τουριστική Πολιτική
- Οι Δημόσιες Σχέσεις ως Μέσο Επικοινωνίας για τα εξειδικευμένα στελέχη σε θέματα Τουριστικής Πολιτικής
- Τουρισμός και Κοινωνικά Προγράμματα - Οδηγίες
- Τεχνικές Διαπραγματεύσεων
- Τουριστικό Μάρκετινγκ
- Προώθηση Τουριστικών Προϊόντων

III. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Αξιοποιείται η ξενόγλωσση βιβλιογραφία που χρησιμοποιείται για το σύνολο των μαθημάτων του Τμήματος. Η βασική ορολογία για κάθε θεματικό πεδίο αποδελτιώνεται από τον Τύπο και τις Ευρωπαϊκές και Διεθνείς Επίσημες Εκδόσεις και χρησιμοποιείται ως αυθεντικό υλικό προς επεξεργασία. Ταυτόχρονα, χρησιμοποιούνται τα ηλεκτρονικά αρχεία Υπουργείων, τα οποία έχουν άμεση σχέση με θέματα Τουριστικής Πολιτικής, καθώς και οι διεθνείς διαδικτυακοί τόποι και τα ηλεκτρονικά αρχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της διεθνούς κοινότητας.

Β΄ ΚΥΚΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

Β΄ ΚΥΚΛΟΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΦΑΣΗΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

I. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ Β΄ ΚΥΚΛΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

Στο πλαίσιο του β΄ κύκλου εκπονείται μια (1) συλλογική εργασία (case studies) από τους σπουδαστές κάθε τμήματος, πάνω σε επιλεγμένα θέματα που αφορούν στους τομείς εξειδίκευσής τους, σύμφωνα με τις ευρύτερες ανάγκες και ζητήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν, ως μελλοντικά στελέχη της δημόσιας Διοίκησης.

Στόχος των συλλογικών εργασιών γενικά είναι η περαιτέρω εμβάθυνση των επιμέρους θεματικών αντικειμένων του κύκλου μαθημάτων, μέσα από την ενεργό συμμετοχή των σπουδαστών, κατά την παρουσίαση των εργασιών και τις συζητήσεις που επακολουθούν. Με τον τρόπο αυτό επιδιώκεται η ενίσχυση του πνεύματος συνεργασίας και άμιλλας και της κουλτούρας της ομάδας εργασίας, μέσα από την «από κοινού» ανάληψη γραπτών εργασιών με τη χρήση ειδικού λογισμικού και πολυμέσων.

II. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΜΙΚΡΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Με το πέρας του α΄ κύκλου της ειδικής φάσης σπουδών, ανατίθεται στους σπουδαστές/στριες η εκπόνηση ατομικής ή ομαδικής εργασίας (μέχρι 5.000 λέξεις), την οποία υποστηρίζουν κατά τη διάρκεια του β΄ κύκλου. Οι εργασίες αυτές εντάσσονται στο πλαίσιο ευρύτερης μελέτης-εφαρμογής ζητημάτων που αποτελούν αντικείμενο πολιτικής στα πεδία εξειδίκευσης του Τμήματος.

Η εργασία που θα εκπονήσει οι σπουδαστές / στριες της ΙΘ΄ εκπαιδευτικής σειράς, θα έχει τα εξής χαρακτηριστικά :

- αναφέρεται σε θέματα που απαιτούν τόσο θεωρητική ανάλυση όσο και επιστημονική επεξεργασία και τεκμηρίωση
- εντάσσεται στα πλαίσια των μαθημάτων/εργαστηρίων του α΄ κύκλου της ειδικής φάσης σπουδών, στην κατεύθυνση μίας μελέτης ή έρευνας ,
- επιλέγεται από τον επιστημονικά υπεύθυνο του τμήματος ένα (1) μάθημα/εργαστήριο, για τη συγκεκριμένη εκπαιδευτική σειρά, για το οποίο οι σπουδαστές/στριες εκπονούν τις εργασίες
- εκπονείται από ομάδες σπουδαστών/στριών κάτω από την επίβλεψη και ευθύνη ενός ή δύο καθηγητών
- αξιοποιεί εφαρμογές πληροφορικής

Η διαδικασία εκπόνησης των εργασιών περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- Προσδιορισμό ευρύτερων θεμάτων –κεντρικών τίτλων εργασιών- στην κατεύθυνση μιας ολοκληρωμένης μελέτης ή έρευνας, που αφορούν στους άξονες του προγράμματος σπουδών του Τμήματος, με ευθύνη του Επιστημονικού Υπευθύνου, σε συνεργασία με τους διδάσκοντες.

- Σχεδιασμό των επιμέρους θεμάτων που συγκροτούν την τελική μελέτη και καταμερισμός τους σε τίτλους μικρών εργασιών, από τους διδάσκοντες.
- Ανάθεση από τον Επιστημονικό Υπεύθυνο του Τμήματος σε συνεργασία με τους διδάσκοντες, επί μέρους θεμάτων και τίτλων εργασιών σε ομάδες σπουδαστών.
- Εκπόνηση της εργασίας γίνεται κατά τη διάρκεια των 3 μηνών πρακτικής εκπαίδευσης.
- Παρουσίαση της εργασίας κατά τη διάρκεια του β' κύκλου της ειδικής φάσης , στη βάση προγράμματος παρουσιάσεων, παρουσία των διδασκόντων και του συνόλου των σπουδαστών.

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ / ΜΑΘΗΜΑΤΑ

ΤΟΑ-Μ06: ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος είναι να παρουσιαστούν οι βασικές γνώσεις συνολικά και συνοπτικά για τη χρήση της πληροφορικής στον τουρισμό και να οριοθετηθούν οι σημερινές πρακτικές εφαρμογές στους διάφορους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας και να σκιαγραφηθούν οι μελλοντικές τάσεις και εξελίξεις. Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων, οι σπουδαστές θα μπορούν να γνωρίζουν τις βασικές παραμέτρους που καθορίζουν την νέα τουριστική ανάπτυξη που στηρίζεται και στις νέες τεχνολογίες.

Ειδικοί στόχοι:

Οι σπουδαστές να είναι σε θέση να κατανοήσουν τις βασικές εφαρμογές της Πληροφορικής στη Διοίκηση των Τουριστικών Μονάδων, τα χαρακτηριστικά και ιδιομορφίες των πληροφορικών εφαρμογών σε θέματα διαχείρισης τουριστικών προϊόντων καθώς και τις σύγχρονες τάσεις μετεξέλιξης της πληροφορικής υποστήριξης της διοίκησης και διαχείρισης τους. Ειδικότερα οι σπουδαστές θα αποκτήσουν τεχνικές δεξιότητες μέσα από τη χρήση του ηλεκτρονικού τουρισμού.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

- Τα πληροφοριακά τεχνολογικά συστήματα σήμερα.
- Βασικές έννοιες και επιστημονικές περιοχές, σύγχρονα περιβάλλοντα διαλόγου και εκτέλεσης εφαρμογών.
- Βασικές εφαρμογές (Office, Internet) και υπηρεσίες (multimedia).
- Η χρήση της Πληροφορικής στη Διοίκηση των Τουριστικών Μονάδων. Κατηγοριοποίηση της πληροφορικής υποστήριξης των σημείων δημιουργίας, διάθεσης και κατανάλωσης των τουριστικών προϊόντων.
- Χαρακτηριστικά και ιδιομορφίες των πληροφορικών εφαρμογών σε θέματα διαχείρισης τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και φορέων.
- Χαρακτηριστικές εφαρμογές και μελέτες περιπτώσεων (case studies).
- Σύγχρονες τάσεις μετεξέλιξης της πληροφορικής υποστήριξης της διοίκησης και διαχείρισης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Νέες Τεχνολογίες και φορείς του Τουρισμού-Υπηρεσίες Internet στον Τουρισμό-Νέες Τεχνολογίες και ελεύθερος χρόνος.
- Η ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Τουρισμού (e-tourism) .
- Οι σύγχρονες τάσεις της έρευνας-Global Distribution Systems, Συστήματα Εμπειρογνομώνων στο Τουρισμό, Συστήματα Λήψης Αποφάσεων.

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ZACHARATOS, G. - D. LAGOS, *The role of information technology in the tourist development of the island regions*, Δημοσίευση στα Πρακτικά του Διεθνούς Επιστημονικού Συνεδρίου (σε ηλεκτρονική μορφή) με θέμα «Tourism on islands and specific destinations» που οργανώθηκε από το Aegean University, Interdepartmental Program of Post Graduate Studies in Tourism Planning, Management and Policy, Chios 2002

ΖΕΪΜΠΕΚΑΚΗΣ ΓΡ., *Τηλεματικές Εφαρμογές*, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα 2003

ΣΑΚΕΛΛΑΡΙΔΗΣ Ο., *Πληροφορική και Τουρισμός*, ΕΑΠ., Πάτρα 1999

ΣΑΚΕΛΛΑΡΙΔΗΣ Ο. - Δ. ΛΑΓΟΣ, Β. ΔΑΝΕΛΛΗ, *Η συμβολή των υπηρεσιών και εφαρμογών τηλεματικής στην τουριστική ανάπτυξη των λιγότερο ευνοουμένων περιοχών της Ελλάδας, Πρακτικά επιστημονικού συνεδρίου με θέμα «Λιγότερο Ευνοημένες Περιοχές (Less Favored Areas –LFA's) και Στρατηγικές Ανάπτυξης: Οικονομικές, Κοινωνικές και Περιβαλλοντικές Διαστάσεις και Μηχανισμοί Υποστήριξης»*. Παν. Αιγαίου, Μυτιλήνη 2003, (Πρακτικά σε CD-ROM)

POON A., *Tourism and International Technologies*, Annals of Tourism Research, (15) 1998, pp 531-549

SHELDON P.J., *Tourism Information Technology*, Cab Intenational, London 1997

STIPANUK D. M., *Tourism and Tecnology: interaction and implication*, *Tourism Management* 14, 4, 1993, pp 267 – 278

BENNETT M. M., *Information Technology and Travel Agency*, *Tourism Management*, Vol 14, pp. 259-266, 1993.

BUHALIS D., *Information technology*, Chapter twenty in *Tourism: Principles and Practice* (Eds) Cooper, Fletcher e.a. Second Edition. Longman, 1998

ΤΟΑ-Ε05: ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ι. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Το σύστημα των επενδυτικών κινήτρων στον τουρισμό είναι ένα πολυσύνθετο θεσμικό πλαίσιο που παρέχει τη δυνατότητα στους φορείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας να το αξιοποιήσουν με την κατάρτιση επενδυτικών σχεδίων και προγραμμάτων.

Ειδικοί στόχοι:

Η γνώση του υπάρχοντος συστήματος κινήτρων σε συνδυασμό με το μεθοδολογικό πλαίσιο της αξιολόγησης των τουριστικών επενδυτικών σχεδίων από ιδιωτικο-οικονομικής και κοινωνικής σκοπιάς, παρέχουν τη δυνατότητα για ορθολογική λήψη των τουριστικών αποφάσεων στη δημόσια διοίκηση.

ΤΟΑ-Ε06: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι η γίνει κατανοητός ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιούνται μεμονωμένα ή συνδυασμένα από τις τουριστικές επιχειρήσεις και όχι μόνο οι τέσσερις προωθητικές τεχνικές μάρκετινγκ (τουριστική διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, προσωπικές πωλήσεις και προώθηση των πωλήσεων), προκειμένου να διατεθούν επικερδώς τα προϊόντα τους στους πιθανούς πελάτες τους. Και ακόμα πως επιλέγονται οι συνηθέστερες και αποτελεσματικότερες μέθοδοι προώθησης τουριστικών προϊόντων

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- Μεμονωμένη ή συνδυασμένη χρήση των “εργαλείων” της τουριστικής διαφήμισης
- Μεμονωμένη ή συνδυασμένη χρήση των “εργαλείων” των δημοσίων σχέσεων στον τουρισμό
- Οργάνωση συνεντεύξεων τύπου. Τακτοποίηση του δημοσιογραφικού φακέλου (press kit)
- Διαδικασία προσέγγισης του πιθανού αγοραστή τουριστικών προϊόντων από τον πωλητή τους
- Μεμονωμένη ή συνδυασμένη χρήση των “εργαλείων” των προσωπικών πωλήσεων στον τουρισμό
- Μεμονωμένη ή συνδυασμένη χρήση των “εργαλείων” των προωθητικών τεχνικών μάρκετινγκ, προκειμένου τα τουριστικά προϊόντα να διατεθούν επικερδώς σε πιθανούς πελάτες
- Προώθηση των τουριστικών προϊόντων (tourist exhibitions), ταξιδιωτικών εργαστηρίων (travel workshops) και παρουσιάσεων (presentations)

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών*, Τόμος Α', Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ), Πάτρα 1999

ΖΑΧΑΡΑΤΟΣ ΓΕΡ., *Package Tour Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000

ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ Δ., *Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού Μάρκετινγκ*, Διδ. Διατριβή (αδημοσίευτη) Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος 2000

ΤΟΑ-Ε07: ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΩΝ & ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του εργαστηρίου είναι να βελτιώσει τις διαπραγματευτικές ικανότητες των σπουδαστών στα πλαίσια του οποίου οι συμμετέχοντες θα έχουν τη ευκαιρία να:

- Προβληματιστούν για την έννοια και τη σημασία της διαπραγμάτευσης
- Αναγνωρίσουν διαφορετικούς τρόπους προσέγγισης της διαπραγμάτευσης και να συζητήσουν κριτήρια επιλογής μεταξύ τους
- Αναλύσουν σημαντικές τεχνικές πτυχές της διαπραγμάτευσης
- Εξασκηθούν στην πρακτική εφαρμογή των συμπερασμάτων του εργαστηρίου

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- Εισαγωγική άσκηση: Άσκηση διαπραγμάτευσης σε μικρές ομάδες
- Θεωρητικό πλαίσιο – Τρόποι Προσέγγισης: Τρόποι προσέγγισης της διαπραγμάτευσης
- Η διδασκαλία της διαπραγμάτευσης
- Εξάσκηση: Εξάσκηση στη διαπραγμάτευση – προετοιμασία και διεξαγωγή διαπραγμάτευσης, ανασκόπηση και εξαγωγή συμπερασμάτων.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

ΤΟΑ-Ε08: ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Σκοπός του μαθήματος είναι η απόκτηση δομημένης γνώσης σχετικά με τη διαχείριση έργων. Σήμερα, παρατηρείται μια διαρκής τάση για αναδιοργάνωση, ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό του δημόσιου τομέα και των υπηρεσιών που παρέχει. Κατά τη διάρκεια του μαθήματος αναλύονται όλες οι φάσεις ενός έργου, επιμέρους μέθοδοι προγραμματισμού, το κόστος και οι πόροι που είναι αναγκαίοι αλλά και οι τρόποι διενέργειας των απαιτούμενων ελέγχων.

Ειδικοί στόχοι:

Στόχος του εργαστηρίου είναι κατανόηση των μεθοδολογιών και τεχνικών διοίκησης έργου και η εξοικείωση των σπουδαστών με το σχεδιασμό, τον έλεγχο και την παρακολούθηση έργου μέσω του εργαλείου MS- Project.

Οι σπουδαστές μετά το τέλος των μαθημάτων θα πρέπει :

- να γνωρίζουν τις βασικές αρχές της Διοίκησης Έργου,
- να μπορούν να σχεδιάζουν και να προγραμματίζουν τις επιμέρους δραστηριότητες,
- να επιμερίζουν, να αναθέτουν και να ορίζουν χρονικά τα επιμέρους τμήματα ενός έργου
- να παρακολουθούν, να ελέγχουν και να διορθώνουν την πορεία υλοποίησης
- να εκπονούν αναφορές σχετικά με την εξέλιξη του έργου
- να γνωρίζουν τις δυνατότητες και τους περιορισμούς και να χειρίζονται επαρκώς το ανάλογο εργαλείο Microsoft Project.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

1. Εισαγωγή στη Διαχείριση Έργου

- Σχετικοί ορισμοί και έννοιες, χαρακτηριστικά έργου, κατηγορίες αποφάσεων που αφορούν τη διαχείριση έργων
- Στόχοι και κανόνες διαχείρισης έργων
- Έναρξη, επιλογή και προσδιορισμός στοιχείων έργου
- Στάδια του κύκλου ζωής ενός έργου
- Οργάνωση και ανάπτυξη έργου
- Παραδείγματα διαχείρισης έργων στην ελληνική δημόσια διοίκηση

2. Προγραμματισμός (με χρήση του MS- PROJECT)

- Στόχοι και περιορισμοί για την ανάπτυξη ενός έργου

- Διαχείριση γνώσης στον τομέα της διοίκησης έργου
- Προσδιορισμός δραστηριοτήτων
- Εκτίμηση διάρκειας και απαιτούμενων πόρων για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων του έργου
- Δημόσιος τομέας και προγραμματισμός έργων

3. Μέθοδοι χρονικού προγραμματισμού έργων (με χρήση του MS- PROJECT)

- Ανάπτυξη δικτύου έργου
- Μέθοδος Κρίσιμου Δρόμου (Critical Path Method – CPM)
- Μέθοδος PERT (Project Evaluation Review Technique)
- Διάγραμμα GHANNT
- Μέθοδοι προγραμματισμού έργων που αφορούν τη συγκεκριμένη εξειδίκευση των σπουδαστών

4. Κόστος και χρήση Πόρων έργου (με χρήση του MS- PROJECT)

- Άμεσο, έμμεσο και συνολικό κόστος έργου
- Χρονική κατανομή κόστους έργου
- Συμπύεση χρονικής διάρκειας δραστηριοτήτων
- Σχέση κόστους-χρονικής διάρκειας έργου
- Εξομάλυνση κατανομής πόρων
- Διαχείριση πολλαπλών έργων

5. Επιλογή και αξιολόγηση έργου

- Ανάλυση κόστους-οφέλους,
- Ανάλυση κόστους-αποτελεσματικότητας
- Πολυκριτηριακή αξιολόγηση

6. Έλεγχος Έργου

- Διοίκηση ολικής ποιότητας στη διαχείριση έργου
- Μέθοδοι αξιολόγησης έργων

7. Μελέτη περίπτωσης

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ / ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

RORY BURKE (Πρόλογος Σέργιος Λαμπρόπουλος), *Διαχείριση Έργου (Project Management – Τεχνικές Σχεδιασμού και Ελέγχου*, Εκδ. ΚΡΙΤΙΚΗ, 1η έκδοση, 2002

DAVIS TONY, *The relationship manager: the next generation of project management*, Burlington: Gower Publishing Company, 2003

HEERKENS GARY R., *Project management*. New York: McGraw-Hill 2002

LEVINE HARVEY A., *Practical project management: tips, tactics, and tools*, New York: John Wiley & Sons Inc., 2002

LEWIS JAMES P., *Project planning, scheduling and control: a hands-on guide to bringing projects in on time on budget*, 3rd ed. Toronto: McGraw-Hill 2001

A. ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗΣ, *Διοίκηση-Διαχείριση Έργου*, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 1999

Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, Harold Kerzner Publisher: Wiley John & Sons, 1999

M. ΠΙΕΚΑAR, *Evaluation of the application of the TNO method in service companies*, TNO publication, 1990

Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, Harold Kerzner Publisher: Wiley John & Sons, 1999

ΤΡΥΠΙΑ Μ., *Προγραμματισμός Έργων*, Εκδόσεις Παπαζήση, 1977

Microsoft Project, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 1998

ΤΟΑ-Ε09: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (E-TOURISM)

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι εφαρμογές του και η ανάπτυξη των σύγχρονων Τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφόρησης (ΤΕΠ) επιφέρουν τρομερές αλλαγές τόσο στην δομή και οργάνωση της αλυσίδας αξίας και διανομής τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών όσο και στα χαρακτηριστικά, απαιτήσεις και διαπραγματευτική δύναμη της τουριστικής ζήτησης. Η εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου στην τουριστική βιομηχανία αλλά και στην οικονομία γενικότερα δεν αποτελεί πλέον επιλογή αλλά στρατηγική αναγκαιότητα. Τα επιχειρησιακά μοντέλα και οι μέθοδοι ανάπτυξης και πραγματοποίησης ολοκληρωμένων στρατηγικών ηλεκτρονικού εμπορίου σε διάφορες επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας, (π.χ. ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία και πράκτορες, μουσεία, αεροπορικές εταιρίες και μεταφορικές επιχειρήσεις, οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης και προώθησης κλπ), θα βοηθήσουν το σπουδαστή να κατανοήσει το ρόλο, τη σημαντικότητα, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου για την ηλεκτρονική διανομή, μάρκετινγκ και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Ειδικοί στόχοι:

Με την ολοκλήρωση των μαθημάτων οι σπουδαστές θα είναι σε θέση να κατανοήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις εφαρμογές του και την ανάπτυξη των σύγχρονων Τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφόρησης (ΤΕΠ) στον τομέα του τουρισμού, ώστε να μπορούν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν συστηματικά ένα ολοκληρωμένο επιχειρησιακό μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου για μια τουριστική επιχείρηση.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

- 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο: ορισμός, περιεχόμενο, σκοποί, λόγοι ανάπτυξης και οφέλη.**
- 2. Αλυσίδα, σύστημα/κανάλια/επιχειρήσεις διανομής στην τουριστική βιομηχανία.**
- 3. Ρόλος, σημασία/μέγεθος και επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου στην τουριστική αλυσίδα διανομής και στην τουριστική ζήτηση.**
- 4. Επιχειρησιακό Μοντέλο: ορισμός, έννοια, περιεχόμενο, στοιχεία και ανταγωνιστικότητα.**
- 5. Ανάλυση των επιχειρησιακών μοντέλων των παρακάτω τομέων/επιχειρήσεων και αξιολόγηση των επιπτώσεων των πρώτων στην αλυσίδα τουριστική διανομής:**

- αεροπορικές εταιρίες & Global Distribution Systems (GDS), π.χ. Amadeus, Galileo, Lufthansa.com
- επιχειρήσεις φιλοξενίας, π.χ. accor.com, matina-hotel.com
- εικονικές επιχειρήσεις (infomediaries & cyberintermediaries), π.χ. travelweb.com, opodo.com, Travelocity.com, lastminute.com
- εθνικοί και τοπικοί τουριστικοί οργανισμοί & Destination Management Systems (DMS), π.χ. choosegreece.com, visitbritain.com
- επιχειρήσεις εικονικών κοινωνιών (virtual communities), π.χ. virtualtourist.com, lonelyplanet.com
- εικονικές δημοπρασίες (auctions /bidding business models), π.χ. nameyourownprice.com, ebay.com

III. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ALFORD P., *E-business models in the travel industry*, Travel and Tourism Analyst, No. 3, p. 67-87, 2000

AMIT R. AND C. ZOTT., *Value Drivers of E-commerce Business Models*, INSEAD Working Papers Series 2000/54/ENT/SM 2000

<http://knowledge.wharton.upenn.edu/PDFs/978.pdf>

JARVELA P., LOIKKANEN J., TINNILA M. AND TUUNAINEN K., *Business models for electronic commerce in the travel services*, Information Technology & Tourism, Vol. 2, p.185-196, 1999

M. HITZ, M. SIGALA & J. MURPHY (EDS), *Information & Communication Technologies in Tourism 2006*, Springer Computer Science, Wien, ISBN: 3-211-30987-X, 2006

O'CONNOR, *Electronic Information Distribution in tourism and Hospitality*, CABI publishing 1999

SIGALA M., *Competing in the Virtual Marketplace: a strategic model for developing e-commerce in the hotel industry*, International Journal of Hospitality Information Technology, Vol. 3, No. 1, pp. 43 – 60, 2003

SIGALA M., *Developing and Benchmarking Internet Marketing Strategies in the Hotel Sector in Greece*, Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 27, No. 4, pp. 375 – 401, 2003

SIGALA M., *Evaluating the Electronic Market Hypothesis in the airline distribution chain*. Information & Communication Technologies in Tourism 2003 (ENTER) Conference. Helsinki, Finland: International Federation of Information Technologies in Tourism (IFITT), 27 January – 1 February 2003

SIGALA M., *Internet heritage and cultural tourism under virtual construction: implications for online visitors' experiences and interpretation management*, Tourism Today, No. 3, pp. 51 – 67, 2003

SIGALA M., *Culture Matters: Operational Implications for e-Customer Relationship Management*, 4th IBM eBusiness Conference, «Marketing in the eSociety», Organised by

School of Management, University of Surrey, IBM, Chartered Marketer, Thomas Cook & Pegasus, 9 December, 2003, Guildford, Surrey 2004

SIGALA M. & SAKELLARIDIS O., *Web users' cultural profiles and e-service quality: internationalization implications for tourism websites*, Information Technology and Tourism, Vol. 7, No. 1, pp. 13 – 22, 2004

SIGALA M., *Information and Communication Technologies in Tourism and Hospitality: Applications and Management*, Butterworth Heinemann: London 2006

SIGALA M., *A framework for developing and evaluating mass customization strategies for online travel companies*, 13th ENTER annual conference, organized by IFITT, 18 – 20 January, 2006, Lausanne, Switzerland 2006

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

I. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του μαθήματος στον β΄ κύκλο της Ειδικής Φάσης Σπουδών είναι η πρακτική πλέον επαφή των σπουδαστών με τη γλώσσα και η ολοκλήρωση της κάλυψης ειδικών γλωσσικών δεξιοτήτων επαγγελματικού τύπου σε θέματα που άπτονται των γνωστικών αντικειμένων του Τμήματος Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης. Η μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στη σημασιολογική και διερευνητική διάσταση της γλώσσας μέσω μικρών εργασιών και πρακτικής εξάσκησης.

II. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η επαφή με την ξένη γλώσσα γίνεται με:

- στρατηγικές ανάπτυξης των γλωσσικών δεξιοτήτων μέσω του προγραμματισμού δραστηριοτήτων, της κατανόησης λήψης αποφάσεων και της επεξεργασίας ιδεών.
- περαιτέρω ανάπτυξη των γλωσσικών δεξιοτήτων προφορικής και γραπτής επικοινωνίας επαγγελματικού τύπου (παρουσίαση θέματος, αίτηση, ανακοίνωση, περίληψη, αναφορά, νόμοι, πρακτικά, ενημερωτικά δελτία).
- εμβάθυνση και ανάλυση θεματικών αντικειμένων του Β΄ κύκλου και εκπόνηση εργασιών των σπουδαστών.
- προσομοίωση παρουσίασης του καθημερινού προγράμματος εργασίας του εξειδικευμένου στελέχους σε θέματα Τουριστικής Πολιτικής.
- τεχνικές και Παρουσίαση Ομιλίας.
- μελέτη ξενόγλωσσης αρθρογραφίας σχετικής με τα θέματα ενδιαφέροντος του τμήματος.

III. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Αξιοποιείται η ξενόγλωσση βιβλιογραφία που χρησιμοποιείται για το σύνολο των μαθημάτων του Τμήματος. Η βασική ορολογία για κάθε θεματικό πεδίο αποδελτιώνεται από τον Τύπο και τις Επίσημες Ευρωπαϊκές και Διεθνείς Εκδόσεις και χρησιμοποιείται ως αυθεντικό υλικό προς επεξεργασία. Ταυτόχρονα, χρησιμοποιούνται τα ηλεκτρονικά αρχεία Υπουργείων τα οποία έχουν άμεση σχέση με τα προς μελέτη θέματα καθώς και οι αντίστοιχοι ευρωπαϊκοί και διεθνείς διαδικτυακοί τόποι.



Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης (ΕΣΔΔ)
Πειραιώς 211, ΤΚ 177 78, Ταύρος
τηλ: 210. 34 96 225-6, fax: 210. 34 28 042,
www.ekdd.gr