



## ΟΔΗΓΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

---

ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης

Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών Μάρκετινγκ και Τουρισμού

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2021-22

### Κατευθύνσεις:

1. Διοίκηση Ξενοδοχειακών & Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων
2. Μάρκετινγκ & Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών
3. Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

## Περιεχόμενα

Γενικά Στοιχεία .....	3
Σκοπός.....	5
Εξειδικευμένα μαθησιακά αποτελέσματα ανά κατεύθυνση.....	7
Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων.....	7
Μάρκετινγκ και Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών.....	7
Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού.....	7
Μεταπτυχιακοί τίτλοι που απονέμονται .....	8
Μαθήματα κατεύθυνσης με το σύνολο των πιστωτικών μονάδων .....	8
«Διοίκηση Ξενοδοχειακών & Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων».....	8
«Μάρκετινγκ & Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών».....	10
«Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού» .....	12

## Γενικά Στοιχεία

### Περιγραφή του Ιδρύματος

Το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος, με τη μορφή που έχει σήμερα, δημιουργήθηκε με τον νόμο 4610/2019, ΦΕΚ 70/Δ'/07-05-2019, με την συνένωση του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος, που μέχρι τότε διέθετε μόνο αγγλόφωνα Τμήματα Μεταπτυχιακών Σπουδών, με τρία Ιδρύματα του Τεχνολογικού Τομέα της Ανώτατης Εκπαίδευσης (Αλεξάνδρειο Θεσσαλονίκης, Κεντρικής Μακεδονίας και Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης). Το Πανεπιστήμιο αποτελείται από 9 Σχολές και 32 Τμήματα σε 7 πόλεις, με ισάριθμα Προγράμματα Προπτυχιακών Σπουδών, 61 Προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών εκ των οποίων τα 23 είναι ξενόγλωσσα και 32 προγράμματα διδακτορικών σπουδών. Έχει στο δυναμικό του περί τα 400 μέλη ΔΕΠ και σ' αυτό φοιτούν περίπου 53000 φοιτητές.

### Όραμα και Αποστολή του Τμήματος:

Το όραμα του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού είναι να αποτελεί διαρκές κέντρο αναφοράς και αριστείας που εξελίσσει, συνθέτει και ολοκληρώνει όλες τις επιστήμες που εξετάζουν τα αντικείμενα που θεραπεύει, μέσω της εκπαίδευσης και της έρευνας στους τομείς των επιστημονικών του ενδιαφερόντων, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Μέσα από το πρόγραμμα σπουδών, οι απόφοιτοί του είναι σε θέση να εντοπίσουν και να επιλύσουν προβλήματα της διοίκησης οργανισμών, του μάρκετινγκ και του διεπιστημονικού κλάδου του τουρισμού. Το συνολικό πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος εστιάζεται στην παροχή προς τους φοιτητές μιας ολοκληρωμένης διδασκαλίας μαθημάτων σε επιμέρους γνωστικά αντικείμενα από όλα τα πεδία της ευρύτερης επιστήμης της διοίκησης και στον εφοδιασμό τους με εξειδικευμένες γνώσεις που θα τους αναδείξουν σε ικανά στελέχη και επιστήμονες σε ολόκληρο το φάσμα των δραστηριοτήτων των επιμέρους πεδίων της διοίκησης οργανισμών, του μάρκετινγκ και του τουρισμού.

### Ειδικότερα, στο πλαίσιο της αποστολής του, το Τμήμα:

- Παρέχει υψηλής ποιότητας εκπαίδευση στους φοιτητές του στις επιστήμες που αφορούν τη διοίκηση, δημιουργώντας ένα μελλοντικό σώμα επιστημόνων με ευρεία επιστημονική γνώση και αναπτυγμένες δεξιότητες εφαρμογής της σε πρακτικά προβλήματα.
- Παράγει νέα γνώση στις επιστήμες που εξετάζουν τη διοίκηση οργανισμών, το μάρκετινγκ και τον τουρισμό, μέσω της έρευνας και της εμπειρικής εφαρμογής.

- Ενισχύει και υποστηρίζει το επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Η ακαδημαϊκή φυσιογνωμία και η αποστολή της ακαδημαϊκής μονάδας

Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού (ΤΔΟΜΤ) αποτελεί ακαδημαϊκή μονάδα της Σχολής Οικονομίας & Διοίκησης του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδας. Στόχος του Τμήματος είναι να καταστεί ως αναμφισβήτητος πόλος ανάπτυξης της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης και έρευνας στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στο χώρο της Βόρειας Ελλάδας στα πεδία της διοίκησης οργανισμών, του μάρκετινγκ και του τουρισμού.

Το κύριο γνωστικό αντικείμενο του Τμήματος εντάσσεται στις ευρύτερες επιστήμες της διοίκησης και οργάνωσης, του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας, και της διεπιστημονικής προσέγγισης σπουδών του τουρισμού. Το Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού διασφαλίζει την παροχή υψηλής ποιότητας προπτυχιακής και μεταπτυχιακής εκπαίδευσης και την παραγωγή έρευνας στα γνωστικά αντικείμενα που θεραπεύει και προσφέρει τρεις εξειδικεύσεις σπουδών, δηλαδή Κατευθύνσεις προχωρημένου εξαμήνου (από το πέμπτο εξάμηνο):

- Κατεύθυνση Διοίκησης Οργανισμών.
- Κατεύθυνση Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.
- Κατεύθυνση Διοίκησης Τουρισμού και Φιλοξενίας.

Αντικείμενο του Π.Μ.Σ. είναι η παραγωγή αφενός μεν γνώσης στον επιστημονικό χώρο της Διοίκησης των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, αφετέρου δε η μετάδοσή της στους μεταπτυχιακούς φοιτητές που θα το παρακολουθούν. Εντάσσεται στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης των Τουριστικών Επιχειρήσεων και τίτλος του Π.Μ.Σ. είναι: «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών». Το συγκεκριμένο μεταπτυχιακό έχει σκοπό να παρέχει σε πτυχιούχους ΑΕΙ (πανεπιστημίων και ΤΕΙ) μεταπτυχιακή εκπαίδευση στον τομέα της Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών, με εξειδίκευση σε επιμέρους τομείς που αποτελούν οι παρακάτω «Κατευθύνσεις» του Π.Μ.Σ.

- Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων
- Μάρκετινγκ και Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών
- Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

## Σκοπός

Σκοποί του Π.Μ.Σ., είναι:

- α) η εμπάθυνση και προαγωγή των γνώσεων στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών
- β) η εξειδίκευση των πτυχιούχων του Τμήματος και των ομολόγων Τμημάτων άλλων ΑΕΙ και η διαμόρφωση στελεχών ικανών να ανταποκριθούν στον επαγγελματικό χώρο της τουριστικής βιομηχανίας και τουριστικών οργανισμών
- γ) η προετοιμασία στελεχών με εξειδίκευση στην εξωστρέφεια των τουριστικών επιχειρήσεων και των οργανισμών, πράγμα που είναι και σημερινό ζητούμενο για την τόνωση και ανάπτυξη της Ελληνικής Τουριστικής Βιομηχανίας η οποία αποτελεί και την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας.

## Οργανωτική Δομή του Π.Μ.Σ.

Το Π.Μ.Σ. λειτουργεί με τα προβλεπόμενα από τη νομοθεσία διοικητικά όργανα, τα οποία είναι:

- α) ο **Διευθυντής του Μεταπτυχιακού**: Ευάγγελος Χρήστου
- β) η **Συντονιστική Επιτροπή** του Π.Μ.Σ.: Ευάγγελος Χρήστου, Χρυσούλα Χατζηγεωργίου, Σπυρίδων Αβδημιώτης, Αντώνιος Γιαννόπουλος, Ιωάννα Σιμέλη
- γ) η **Υπεύθυνη Αξιολόγησης και Διασφάλισης Ποιότητας** του Π.Μ.Σ.: Χρυσούλα Χατζηγεωργίου, σε συνεργασία με την Ομάδα Εσωτερικής Αξιολόγησης (Ομ.Ε.Α) του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού.
- δ) η **Συνέλευση** του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδος

**Υπεύθυνος Γραμματείας του Μεταπτυχιακού**: Παναγιώτης Παπαγεωργίου

**Υπεύθυνη Τεχνικών Υπηρεσιών**: Ιωάννα Σιμέλη

Η Συντονιστική Επιτροπή του Π.Μ.Σ. απαρτίζεται από πέντε μέλη Δ.Ε.Π. του Τμήματος Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού, τα οποία ορίζονται από τη Συνέλευση του Τμήματος με διετή ανανεώσιμη θητεία. Η Συντονιστική Επιτροπή είναι αρμόδια για την παρακολούθηση και το συντονισμό λειτουργίας του Π.Μ.Σ. Η Συνέλευση του Τμήματος ορίζει με διετή ανανεώσιμη θητεία το Διευθυντή Μεταπτυχιακών Σπουδών, ο οποίος είναι και Πρόεδρος της Συντονιστικής Επιτροπής.

### Μαθησιακά Αποτελέσματα

- Η προετοιμασία των φοιτητών στο πνεύμα και τη σημασία του τουριστικού φαινομένου, ο εφοδιασμός με γνώσεις και δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της επιστήμης και της κοινωνίας.
- Εξειδίκευση στο χώρο του Ναυτικού τουρισμού, της κρουαζιέρας και της ακτοπλοΐας.
- Εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες σε επίπεδο χρήσης εξειδικευμένου λογισμικού.
- Εξειδίκευση γνώσεων στους τομείς της επιστήμης της διοίκησης, της διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων, την οργανωσιακή συμπεριφορά και τη διαχείριση γνώσης σε επιχειρήσεις και οργανισμούς
- Εξειδίκευση γνώσεων στον τομέα της διοίκησης πολιτισμικών μονάδων και στον πολιτισμικό τουρισμό
- Η βελτίωση των ικανοτήτων οργάνωσης και διοίκησης οποιουδήποτε τύπου τουριστικής επιχείρησης ανεξαρτήτως μεγέθους και τουριστικής δραστηριότητας.
- Ικανότητα αξιολόγησης των επιπτώσεων μαζικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στον άνθρωπο και το περιβάλλον.
- Εξειδικευμένες γνώσεις αξιολόγησης και πιστοποίησης επιχειρήσεων φιλοξενίας
- Εξειδικευμένες γνώσεις στο στρατηγικό σχεδιασμό και ανάπτυξης πολιτικής στον τουρισμό
- Ικανότητα αξιολόγησης μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων αναφορικά με την κατασκευή έργων τουριστικής υποδομής και επιχειρηματικότητας.
- Ικανότητα εκπόνησης και εφαρμογή ολοκληρωμένων αναπτυξιακών πλάνων με επίκεντρο τον τουρισμό
- Δημιουργία και εφαρμογή ολοκληρωμένου πλάνου μάρκετινγκ
- Εξειδίκευση στον τομέα των αερομεταφορών και των παγκόσμιων συστημάτων κρατήσεων και διανομής τουριστικών προϊόντων
- Ικανότητα αξιολόγησης αρχών και δράσεων ηλεκτρονικού εμπορείου και επιχειρείν
- Γνώσεις διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων
- Ικανότητα σύνδεσης της έρευνας με τις ανάγκες της οικονομίας και της κοινωνίας.

- Ικανότητες στατιστικής ανάλυσης και επεξεργασίας δεδομένων έρευνας
- Γνώσεις ξενοδοχειακής και τουριστικής νομοθεσίας.
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.

#### Εξειδικευμένα μαθησιακά αποτελέσματα ανά κατεύθυνση

##### Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων

Η εμβάθυνση και η ενίσχυση των γνώσεων πάνω στο γνωστικό πεδίο της Διοίκησης Ξενοδοχειακών και Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων αλλά και σε όμορα αντικείμενα και επιστημονικά πεδία όπως η διοίκηση διεθνών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ή οργανισμών, η χρήση εργαλείων διοίκησης, οι βέλτιστες πρακτικές, η διοίκηση των ανθρωπίνων πόρων σε έναν ανθρωποκεντρικό κλάδο καθώς και η χρήση της έρευνας στην τουριστική αγορά.

##### Μάρκετινγκ και Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών

Αυτό το πρόγραμμα ανταποκρίνεται στις αυξανόμενες ανάγκες της τουριστικής βιομηχανίας για τη διαμόρφωση επαγγελματιών υψηλής ειδίκευσης και γνώσης, ώστε να μπορούν να αναλάβουν ηγετικούς ρόλους στη διαχείριση τουριστικών προορισμών. Το πρόγραμμα συνδυάζει τις απαιτούμενες εξειδικευμένες δεξιότητες και γνώσεις μάρκετινγκ, με προηγμένες διοικητικές ικανότητες, προκειμένου να εκπαιδεύσει τη νέα γενιά στελεχών τουρισμού. Δίνεται έμφαση στα διαπολιτισμικά, ηθικά, θεσμικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στη διαχείριση τουριστικών προορισμών ενώ καλύπτει λειτουργικές δεξιότητες μάρκετινγκ.

##### Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Η εν λόγω κατεύθυνση αποσκοπεί στην καλλιέργεια διεπιστημονικών γνώσεων πάνω στα ζητήματα που άπτονται των ειδικών μορφών τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι σπουδαστές εξοικειώνονται τόσο με την τουριστική και ταξιδιωτική εμπειρία όσο και με τις τουριστικές αγορές και οικονομίες ώστε να αναπτύξουν εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες όπως η κριτική σκέψη σε πολυπαραγοντικές συνθήκες. Μέσα από τη μελέτη περιπτώσεων επιτυγχάνεται σθεναρά η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης σε απρόβλεπτα ζητήματα καθιστώντας τον σπουδαστή πιο ανταγωνιστικό στην αγορά εργασίας μετά την αποφοίτησή του.

### Μεταπτυχιακοί τίτλοι που απονέμονται

Το Π.Μ.Σ. απονέμει το Δίπλωμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Μ.Σ.) στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών με τις ακόλουθες κατευθύνσεις:

α) Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών με Κατεύθυνση στη Διοίκηση Ξενοδοχειακών και Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων

β) Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών με Κατεύθυνση στο Μάρκετινγκ και Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών

γ) Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών με κατεύθυνση στη Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Μαθήματα κατεύθυνσης με το σύνολο των πιστωτικών μονάδων

«Διοίκηση Ξενοδοχειακών & Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων»

<i>Α Εξάμηνο: Διοίκηση Ξενοδοχειακών &amp; Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Εισαγωγή στον Τουρισμό, τη Φιλοξενία και τα Ταξίδια	6
Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων	6
Μεθοδολογίες Έρευνας	6
Τουριστικό Μάρκετινγκ και Διοίκηση Εμπειριών	6
Τουριστική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	6

<i>Β Εξάμηνο: Διοίκηση Ξενοδοχειακών &amp; Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Πολιτική και Στρατηγική Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών (Υποχρεωτικά)	6
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στον Τουρισμό (Υποχρεωτικά)	6
Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας και Ξενοδοχειακών	6



Λειτουργιών (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	
Διοίκηση Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών και Αεροπορικών Επιχειρήσεων (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	6
Ηλεκτρονικά Συστήματα και Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6
Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6

<i>Γ Εξάμηνο: Διοίκηση Ξενοδοχειακών &amp; Ταξιδιωτικών Επιχειρήσεων</i>	
	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Διπλωματική εργασία	30

**ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ**

«Μάρκετινγκ &amp; Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών»

<i>A Εξάμηνο: Μάρκετινγκ &amp; Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Εισαγωγή στον Τουρισμό, τη Φιλοξενία και τα Ταξίδια	6
Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων	6
Μεθοδολογίες Έρευνας	6
Τουριστικό Μάρκετινγκ και Διοίκηση Εμπειριών	6
Τουριστική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	6

<i>B Εξάμηνο: Μάρκετινγκ &amp; Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Πολιτική και Στρατηγική Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών (Υποχρεωτικά)	6
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στον Τουρισμό (Υποχρεωτικά)	6
Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας και Ξενοδοχειακών Λειτουργιών (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	6
Διοίκηση Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών και Αεροπορικών Επιχειρήσεων (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	6
Ηλεκτρονικά Συστήματα και Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6
Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6

<i>Γ Εξάμηνο: Μάρκετινγκ &amp; Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών</i>	
<i>Διδασκόμενο μάθημα</i>	<i>Πιστωτικές μονάδες (ECTS)</i>
<i>Διπλωματική εργασία</i>	<i>30</i>

**ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ**

## «Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού»

<i>A Εξάμηνο: Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Εισαγωγή στον Τουρισμό, τη Φιλοξενία και τα Ταξίδια	6
Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων	6
Μεθοδολογίες Έρευνας	6
Τουριστικό Μάρκετινγκ και Διοίκηση Εμπειριών	6
Τουριστική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	6

<i>B Εξάμηνο: Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού</i>	
Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Πολιτική και Στρατηγική Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών (Υποχρεωτικά)	6
Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στον Τουρισμό (Υποχρεωτικά)	6
Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	6
Θεματικές Μορφές Τουρισμού (Υποχρεωτικό κατεύθυνσης)	6
Ηλεκτρονικά Συστήματα και Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6
Επενδυτικές Μελέτες και Χρηματοδότηση στον Τουρισμό (Επιλογής, 1 από τα 2)	6

<i>Γ Εξάμηνο: Διοίκηση Ειδικών Μορφών Τουρισμού</i>	
-----------------------------------------------------	--

Διδασκόμενο μάθημα	Πιστωτικές μονάδες (ECTS)
Διπλωματική εργασία	30

## Περιγράμματα Μαθημάτων

### Α' ΕΞΑΜΗΝΟ

#### Εισαγωγή στον Τουρισμό, τη Φιλοξενία και τα Ταξίδια

Ορισμός του τουριστικού συστήματος, του τουρισμού και του τουρίστα. Μορφές Τουρισμού: Ατομικός – μαζικός, εισερχόμενος – εξερχόμενος. Διεθνής-εγχώριος. Τουριστική Ζήτηση: Έννοιες, ορισμοί και δείκτες της τουριστικής ζήτησης. Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης. Η μέτρηση της τουριστικής ζήτησης. Τουριστική Προσφορά: Οι διάφοροι παράγοντες της τουριστικής βιομηχανίας. Κυβερνητικοί οργανισμοί, οι ενδιάμεσοι (tour operators/ γραφεία ταξιδιών), οι εταιρίες και τα μέσα μεταφοράς τουριστών, τα τουριστικά θέλγητρα. Επιπτώσεις του Τουρισμού: Προσδιορισμός της έννοιας τόπος προορισμού και των σύνθετων στοιχείων του «τουριστικού επαγγέλματος». Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού, θετικές και αρνητικές. Η μέτρηση των οικονομικών επιπτώσεων. Ο πολλαπλασιαστής του τουριστικού εισοδήματος. Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού. Ενότητα «Εισαγωγή στην Φιλοξενία». Η αλληλένδετη φύση φιλοξενίας και τουρισμού. Χαρακτηριστικά και φιλοσοφία της βιομηχανίας φιλοξενίας. Εστίαση και επιτυχία στην εξυπηρέτηση. Τάσεις στην βιομηχανία της φιλοξενίας. Ξενοδοχειακή ανάπτυξη και ιδιοκτησία (δικαιοχρησία, όμιλοι συνεργασίας, συμβόλαια μάνατζμεντ). Κατάταξη ξενοδοχείων. Εξαιρετικά, μεγάλα και ασυνήθιστα ξενοδοχεία. Βιώσιμα ξενοδοχεία. Τάσεις στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

#### Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων

Οργανωσιακή Κουλτούρα, Οργανισμός μάθησης, Οργανωσιακή συμπεριφορά. Προγραμματισμός του ανθρωπίνου δυναμικού. Πρόβλεψη αναγκών. Εντοπισμός και προσέλκυση προσωπικού. Επιλογή προσωπικού. Εκπαίδευση και ανάπτυξη προσωπικού. Αξιολόγηση απόδοσης εργαζομένων. Συστήματα αμοιβών. Η υγεία και η ασφάλεια των εργαζομένων. Προσδιοριστικοί παράγοντες της οργανωσιακής συμπεριφοράς. Ηγεσία και παρακίνηση. Επικοινωνία και διαπροσωπικές δεξιότητες. Άτυπη οργάνωση. Οργανωσιακοί ρόλοι και κανόνες. Δύναμη, εξουσία και συγκρούσεις. Εργασιακές ομάδες. Οργανωσιακή κουλτούρα. Διοίκηση ανθρώπινων πόρων. Επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη. Βασικές έννοιες και λειτουργίες του μάνατζμεντ. Το περιβάλλον της επιχείρησης.

#### Μεθοδολογίες Έρευνας

Ο ρόλος και ο σκοπός της Ερευνητικής Μεθοδολογίας (Ε.Μ.) Η λήψη αποφάσεων και η Ε.Μ. Επιχείρηση και πληροφορίες. Σύστημα Πληροφόρησης Μάρκετινγκ (MIS). Αρχές και οργάνωση της Ε.Μ. Προκαταρκτική φάση ερευνητικών προγραμμάτων. Παρουσίαση των

σταδίων διεξαγωγής ενός ερευνητικού προγράμματος. Η έρευνα δευτερογενών στοιχείων και η ανασκόπηση βιβλιογραφίας Μέθοδοι – Τεχνικές – Σύστημα Αναφορών. Ανάλυση των σταδίων διεξαγωγής ερευνητικών προγραμμάτων. Μεθοδολογία. Η έρευνα πρωτογενών στοιχείων. Δημοσκόπηση (προσωπική συνέντευξη, τηλεφωνική, ταχυδρομική, ηλεκτρονική), Παρατήρηση, Πειραματική Έρευνα. Δείγμα (μέγεθος, μέθοδοι). Μέτρηση μεταβλητών Επεξεργασία στοιχείων, ανάλυση δεδομένων, συζήτηση, εξαγωγή συμπερασμάτων, προτάσεις, σύνταξη εκθέσεως, παρουσίαση. Ειδικά ζητήματα της Ε.Μ. (Δαπάνες, Δεοντολογία).

#### Τουριστικό Μάρκετινγκ & Διοίκηση Εμπειριών

Φιλοσοφία και διαδικασία τουριστικού μάρκετινγκ . Ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης στον τουρισμό. Διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς τουριστικών προϊόντων. Ανάλυση, ανάπτυξη και διαχείριση τουριστικής εμπειρίας. Κατάστρωση σχεδίων τουριστικού μάρκετινγκ. Τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση. Ανάλυση του ανταγωνισμού. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 “Π”. Τουριστικό προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος ζωής του προϊόντος, ιδιαιτερότητες προϊόντων και υπηρεσιών. Τιμή: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία τιμών, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνικές καθορισμού της τιμής. Διανομή: κανάλια διανομής στον τουρισμό, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων. Μίγμα επικοινωνίας στον τουρισμό: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων, σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising, στόχοι και στρατηγική της τουριστικής διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας, στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων, οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

#### Τουριστική Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία

Έννοια της επιχειρηματικότητας. Επιχειρηματικότητα & ενδοεπιχειρηματικότητα. Παράγοντες επηρεασμού της επιχειρηματικότητας, τύποι της επιχειρηματικότητας, Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Η Μελέτη Σκοπιμότητας. Το επιχειρησιακό σχέδιο. Καινοτομία και οικονομική ανάπτυξη Ορισμοί καινοτομίας, Είδη καινοτομίας. Προσδιοριστικοί παράγοντες ανάπτυξης καινοτομίας. Στατικά και Δυναμικά μοντέλα καινοτομίας. Συστήματα Καινοτομίας. Μέτρηση καινοτομίας. Καινοτομία στον κλάδο του Τουρισμού. Στρατηγικές καινοτομίας στον Τουρισμό. Πολιτική ολικού καινοτόμου μάνατζμεντ. Διακυβέρνηση καινοτομίας στην Ελλάδα. Παρακολούθηση των δεικτών επιτυχημένης εφαρμογής σε επιχειρηματικό, αλλά και περιφερειακό επίπεδο. Η σημασία του χωροταξικού σχεδιασμού στην καινοτομία. Στρατηγικές έρευνας και καινοτομίας για έξυπνη εξειδίκευση. Μελέτες περίπτωσης καινοτομιών στον Τουρισμό σε επίπεδο, επιχείρησης, περιφέρειας, χώρας. Βέλτιστες πρακτικές στην Ελλάδα και τον κόσμο.

#### Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

## Πολιτική και Στρατηγική Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών

Το συγκεκριμένο μάθημα αναφέρεται στον καθορισμό της μελλοντικής πορείας ενός οργανισμού και τη λήψη των σχετικών αποφάσεων. Το μάθημα προσφέρει το θεωρητικό υπόβαθρο για να αναπτυχθούν έννοιες όπως αυτές του στρατηγικού σχεδιασμού σε εταιρικό, επιχειρηματικό και λειτουργικό επίπεδο, παρουσιάζονται τα εργαλεία στρατηγικού σχεδιασμού. Οι φοιτητές εκπαιδεύονται στην ανάπτυξη συγκριτικών στρατηγικών πλεονεκτημάτων ώστε να συμβάλουν στη δημιουργία καινοτόμων στρατηγικά επιχειρήσεων. Εταιρική διακυβέρνηση και στρατηγική.

## Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης & Ηλεκτρονικό Επιχειρείν στον Τουρισμό

Εξοικείωση με πηγές άντλησης δεδομένων και πληροφορίας (Δεδομένα που καταγράφονται στα πληροφοριακά συστήματα επιχειρήσεων και σε ιστότοπους/ηλεκτρονικά καταστήματα, καθώς και εξωτερικές πηγές, όπως αποθήκες δεδομένων και σημασιολογικός ιστός). Χρήση εργαλείων οργάνωσης και αναζήτησης πληροφορίας (αναφορές και ερωτήματα, κύβοι OLAP, εργαλεία ανάλυσης σεναρίων). Παρουσίαση των τεχνικών εξόρυξης γνώσης (ανακάλυψη συσχετισμών, δέντρα αποφάσεων, τμηματοποίηση, εκπαιδευόμενα συστήματα) και των κυριότερων μοντέλων γνώσης που χρησιμοποιούνται στη διοίκηση και το μάρκετινγκ. Πρακτικές εφαρμογές προβλημάτων και στήριξης αποφάσεων (π.χ. εξεύρεση καταναλωτικών προτύπων σε αρχεία πωλήσεων, μέτρηση πιστότητας πελατών και προσδιορισμός των παραγόντων που την επηρεάζουν). Εξετάζονται επίσης ευφυείς μέθοδοι υποστήριξης αποφάσεων με χρήση συστημάτων βασισμένων σε γνώση. Με τα συστήματα αυτά δίνεται η δυνατότητα κωδικοποίησης και κεφαλαιοποίησης γνώσης σχετικά με προϊόντα, λειτουργίες ή αποτελέσματα ερευνών αγοράς και δημιουργίας μοντέλων επεξήγησης ή πρόβλεψης για την επίλυση πρακτικών προβλημάτων.

## Διοίκηση Υπηρεσιών Φιλοξενίας & Ξενοδοχειακών Λειτουργιών

Διοίκηση τομέα δωματίων, Πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης ξενοδοχείων - Property Management Systems (PMS), Διοίκηση ξενοδοχείων, διοίκηση τμήματος υποδοχής, διοίκηση ανθρωπίνων πόρων, πωλήσεις - οργάνωση & διοίκηση εκδηλώσεων, διοίκηση επισιτιστικών τμημάτων. Διοίκηση και ανάπτυξη ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, σχεδιασμός και ανάπτυξη νέων μονάδων φιλοξενίας. Διοίκηση Φιλοξενίας (Ηγεσία, Σχεδιασμός, Οργάνωση, Βέλτιστες Πρακτικές, Βέλτιστες Πρακτικές στην Αειφορία). Βέλτιστες πρακτικές στη διοίκηση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

## Διοίκηση Ταξιδιωτικών Υπηρεσιών & Αεροπορικών Επιχειρήσεων

Παρουσίαση-ανάλυση τουριστικών προορισμών. Λειτουργία και διοίκηση ταξιδιωτικού γραφείου. Κοστολόγηση μεταφορών και διοργάνωσης ταξιδίων. Οργάνωση και κόστος ξεναγήσεων. Συμφωνίες κρατήσεων καταλυμάτων. Αξιολόγηση προορισμών. Τιμολογιακή πολιτική μεταφορών. Εκτίμηση και Αξιολόγηση Target Group. Σύνθεση και προώθηση ταξιδιωτικού προγράμματος. Κατασκευή και λειτουργία αυτόματου προγράμματος

κατασκευής τουριστικών πακέτων. Διοίκηση και μάρκετινγκ αεροπορικών εταιριών. Τεχνικές πωλήσεων στον αεροπορικό κλάδο.

#### Ηλεκτρονικά Συστήματα & Κανάλια Διανομής στον Τουρισμό

Τουρισμός και νέες τεχνολογίες (η τεχνολογία και ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα, Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών –ΤΠΕ, η χρήση των ΤΠΕ στον Ελληνικό Τουρισμό). Ηλεκτρονικός τουρισμός (Ορισμός και χαρακτηριστικά, επιπτώσεις του e-Tourism στην τουριστική ζήτηση, Ηλεκτρονικός Τουρισμός στην Ελλάδα). Τουρισμός και διαδίκτυο (Τουρισμός και Internet, Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την χρήση του Internet, Το internet στην τουριστική αγορά της Ελλάδας). Τουρισμός και «ηλεκτρονικό επιχειρείν» (Επιχειρηματικά μοντέλα ηλεκτρονικού εμπορίου, Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Ηλεκτρονική Διαχείριση Σχέσεων Πελατείας, Ηλεκτρονικό σύστημα πληρωμών).

#### Επενδυτικές Μελέτες στον Τουρισμό

Έννοια και κατηγορίες επενδύσεων. Έννοια και κατηγορίες μελετών. Ανάλυση επενδυτικών μελετών στον τουρισμό σε τυπικής μορφής επιχειρήσεις. Ανάλυση μελετών τουριστικής ανάπτυξης περιοχών. Μεθοδολογία εκπόνησης επενδυτικών μελετών στον τουρισμό σε τυπικής μορφής επιχειρήσεις. Μεθοδολογία κατάρτισης μελετών τουριστικής ανάπτυξης. Αναζήτηση και συλλογή υλικού για την κατάρτιση των μελετών τουριστικής ανάπτυξης. Στάδια αξιολόγησης μελετών τουριστικής ανάπτυξης. Σύνταξη επενδυτικών μελετών στον τουρισμό Σύνταξη επιχειρησιακών προγραμμάτων τουριστικής ανάπτυξης. Η χρηματοοικονομική διοίκηση στα πλαίσια της τουριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Έννοια και ανάλυση οικονομικών καταστάσεων και Ισολογισμών. Χρηματοοικονομικοί δείκτες. Χρηματοοικονομική ανάλυση με χρήση αριθμοδεικτών.

#### Βιώσιμη Τουριστική Πολιτική & Ανάπτυξη

Αειφορική ανάπτυξη. Έννοια και διφορούμενες προσεγγίσεις της αειφόρου ανάπτυξης. Βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης. Φέρουσα Ικανότητα. Βιοποικιλότητα. Διαγενεαλογική Δικαιοσύνη. Διαχωρική Υπευθυνότητα. Συμμετοχή. Κρίσιμο Φυσικό Κεφάλαιο. Ολιστική Προσέγγιση. Αρχή της Προληπτικότητας. Βασικές αρχές και ερμηνείες του αειφόρου τουρισμού. Αειφόρος τουρισμός και πρακτικές προσεγγίσεις. Αειφόρος τουρισμός και επιχειρηματικότητα. Μέγεθος επιχείρησης και επιδράσεις αειφορίας. Αειφορία και μικρομεσαία επιχείρηση. Ειδικές μορφές τουρισμού: Οινoturισμός, Συνεδριακός τουρισμός, Οικoturισμός, Θρησκευτικός Τουρισμός, Αγροτουρισμός.

#### Διοίκηση και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών

Φιλοσοφία και διαδικασία της διοίκησης μάρκετινγκ προορισμών. Ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης. Διαδικασία λήψης απόφασης. Κατάστρωση σχεδίων μάρκετινγκ. Τμηματοποίηση της αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση. Ανάλυση του



ανταγωνισμού. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 “Π”. Προϊόν: εικόνα (image), μάρκα (brandname), διαφοροποίηση, ανάλυση προϊόντος, ανάπτυξη νέων προϊόντων, κύκλος ζωής του προϊόντος, ιδιαιτερότητες προϊόντων και υπηρεσιών. Τιμή: ελαστικότητα της ζήτησης, ακαμψία και ευκαμψία τιμών, παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής, διαφοροποίηση τιμής, τεχνικές καθορισμού της τιμής. Διανομή: κανάλια διανομής, ενδιάμεσοι, επιλογή καναλιών διανομής, πολιτική ενδιάμεσων. Μίγμα επικοινωνίας: μοντέλα επικοινωνίας, στόχοι και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων, σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising, στόχοι και στρατηγική της διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας, στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων, οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.

#### Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Ορισμοί του πολιτισμού και της κληρονομιάς. επισκέπτη κίνητρα, τη συμπεριφορά και τη διαχείριση, τη διατήρηση των τόπων, την προστασία, την ερμηνεία, την προσβασιμότητα και τη χρηματοδότηση. Πολιτιστικός τουρισμός: έννοια και τη σχέση μεταξύ του τουρισμού και του πολιτισμού. Η επίδραση του πολιτισμού σχετικά με την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα του προορισμού, το καταστατικό του πολιτιστικού τουρισμού. Οργανώσεις προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσα από διακυβερνητικούς οργανισμούς (όπως η UNESCO και το Συμβούλιο της Ευρώπης) και μη-κυβερνητικές οργανώσεις (όπως το Διεθνές Μουσείο Συμβουλίου, Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Ευρωπαϊκό Κέντρο του Πανεπιστημίου για τα πολιτιστικά αγαθά). Μελέτη της Σύμβασης της UNESCO για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς Λαϊκή πολιτιστική κληρονομιά.

#### Θεματικές Μορφές Τουρισμού

Εναλλακτικά είδη θεματικών μορφών τουρισμού: συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, καταδυτικός τουρισμός, αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, τουρισμός πόλεων, τουρισμός κατανάλωσης, τουρισμός υγείας και ευεξίας, εκπαιδευτικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, μαύρος τουρισμός και θανατουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, χειμερινός και χιονοδρομικός τουρισμός, ορειβατικός και ορεινός τουρισμός, οινουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, τουρισμός κρουαζιέρας, θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός, κ.α.

#### 6. Σύστημα βαθμολογίας μαθημάτων και τίτλου Π.Μ.Σ.

Η βαθμολογία των μαθημάτων γίνεται με βάση την κλίμακα μηδέν (0) έως δέκα (10). Η παρακολούθηση ενός μαθήματος θεωρείται επιτυχής αν ο τελικός βαθμός είναι τουλάχιστον πέντε (5). Η αντιστοίχιση της βαθμολογικής κλίμακας με το χαρακτηρισμό της επίδοσης του μεταπτυχιακού φοιτητή είναι η ακόλουθη:

8,5 – 10: «Άριστα»

7,0 – 8,4: «Λίαν Καλώς»

5,0 – 6,9: «Καλώς»

4,0 – 4,9: «Ανεπαρκώς»

0,0 – 3,9: «Κακώς»

Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του Π.Μ.Σ. ο γενικός βαθμός του Μ.Δ.Σ. προκύπτει από το σταθμισμένο μέσο όρο των βαθμών (B1, B2, ...) των μαθημάτων και της μεταπτυχιακής εργασίας με συντελεστές βαρύτητας τις αντίστοιχες πιστωτικές μονάδες (ΠΜ1, ΠΜ2,...). Συγκεκριμένα, ο γενικός βαθμός του Μ.Δ.Ε. προκύπτει από τον τύπο:

$$\text{ΒΑΘΜΟΣ}=(B1 \times \text{ΠΜ1}+ B2 \times \text{ΠΜ2}+ B3 \times \text{ΠΜ3}+...) / (M1+M2+M3+...)$$

όπου B<sub>i</sub> είναι οι βαθμοί των μαθημάτων ή της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας και ΠΜ<sub>i</sub> είναι οι αντίστοιχες πιστωτικές μονάδες ενώ στον παρονομαστή εμφανίζεται το πλήθος των μαθημάτων.