

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
ΤΜΗΜΑ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	Προπτυχιακό		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΚΤ120	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	5 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Έρευνα και Ανάλυση Τουριστικής Αγοράς		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	4	5	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Ειδικού Υποβάθρου - Κορμού		
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	Υποχρεωτικό		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ	Ελληνικά		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS			
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://tourism.ionio.gr/gr/undergraduate-studies/courses/1210/		
ΣΕΛΙΔΑ E CLASS			

2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές/ριες θα είναι σε θέση να:

- αντιλαμβάνονται τα στάδια πραγματοποίησης μιας έρευνας αγοράς
- διακρίνουν τα είδη της έρευνας αγοράς, τα στάδια της ερευνητικής διαδικασίας
- αναζητούν και επεξεργάζονται στοιχεία από πηγές δεδομένων
- εξάγουν συμπεράσματα από ευρήματα δευτερογενών ερευνών τουριστικής αγοράς
- συλλέγουν και αναλύουν στοιχεία από πρωτογενείς έρευνες αγοράς με τη χρήση των αντίστοιχων τεχνικών
- αναλύουν την έννοια της δειγματοληψίας στην έρευνα αγοράς καθώς και των βασικών δειγματοληπτικών μεθοδολογιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν
- εφαρμόζουν βασικές τεχνικές πρωτογενούς ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας συντάσσοντας ερωτηματολόγια και κατανοώντας την τεχνική της λήψης συνεντεύξεων
- αναγνωρίζουν τις νέες τάσεις της τουριστικής αγοράς και τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης ζήτησης
- επιλύουν προβλήματα με πραγματικά δεδομένα ενσωματώνοντας μια διεπιστημονική προσέγγιση
- παρέχουν ερμηνεία και κριτική αξιολόγηση σε αποτελέσματα εμπειρικής ανάλυσης
- παρουσιάζουν τεχνικά αποτελέσματα με τρόπο σαφή και κατανοητό
- λαμβάνουν αποφάσεις βασιζόμενοι στα στοιχεία των ερευνών αγοράς



-διαβάζουν και κατανοούν εκθέσεις και άρθρα που κάνουν χρήση των εννοιών και των μεθόδων που εισάγονται στο μάθημα

-σχεδιάζουν και φέρνουν εις πέρας έρευνες για την ανάλυση της εγχώριας και διεθνούς τουριστικής αγοράς

Γενικές Ικανότητες

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Αυτόνομη εργασία
- Ομαδική εργασία
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Η αποτελεσματική λήψη αποφάσεων στη διοίκηση μιας επιχείρησης απαιτεί αξιόπιστη, έγκυρη και ενημερωμένη έρευνα αγοράς. Αυτό το μάθημα εισάγει τις βασικές έννοιες της ερευνητικής διαδικασίας, συμπεριλαμβανομένων του ορισμού του προβλήματος, του σχεδιασμού της έρευνας, της μέτρησης, της συλλογής δεδομένων, της ανάλυσης δεδομένων και της παρουσίασης των πορισμάτων της έρευνας. Στόχος του μαθήματος είναι η κατανόηση της έννοιας και του περιεχομένου της έρευνας τουριστικής αγοράς και η σύνδεσή της με τη διαδικασία του τουριστικού μάρκετινγκ.

Η έννοια της έρευνας τουριστικής αγοράς και η σύνδεση με το τουριστικό μάρκετινγκ.

Μεθοδολογίες και διαδικασίες που ακολουθούνται στην έρευνα τουριστικής αγοράς. Σχεδιασμός πρωτογενών ερευνών, ερωτηματολογίων, ειδών ερωτήσεων και συνεντεύξεων.

Δειγματοληπτικά πλαίσια, μέθοδοι δειγματοληψίας και είδη δείγματος.

Μέθοδοι και τεχνικές της ποσοτικής έρευνας της τουριστικής αγοράς. Επεξεργασία δεδομένων.

Σκοποί, χρησιμότητα, διαδικασία και τεχνικές της ποιοτικής έρευνας. Επεξεργασία δεδομένων.

Ανάλυση των ευρημάτων και πληροφοριών της πρωτογενούς έρευνας και αξιολόγηση-χρησιμοποίηση πληροφοριών και δεδομένων δευτερογενούς έρευνας τουριστικής αγοράς.

Συγκέντρωση, ανάλυση και αξιολόγηση κριτηρίων και παραγόντων της αγοράς, που επηρεάζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, οργανισμούς και τις επιχειρήσεις φιλοξενίας.

Αξιοποίηση των αποτελεσμάτων των σχετικών με τον τουριστικό κλάδο ερευνών, οι οποίες πραγματοποιούνται από διεθνείς φορείς ή επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου.

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ																	
ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία: Σύστημα Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης (Open eClass), επεξεργαστής παρουσιάσεων, υπολογιστικά φύλλα, σημειώσεις διδάσκοντα/ουσας σε pdf, στατιστικά πακέτα ανάλυσης δεδομένων, διαδίκτυο</p> <p>Χρήση Τ.Π.Ε. στην Επικοινωνία: Η επικοινωνία με τους φοιτητές επιτυγχάνεται με τη χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Ηλεκτρονικής Τάξης (Open eClass) και του Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου</p>																
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	<table><tbody><tr><td>Δραστηριότητα</td><td>Φόρτος Εξαμήνου</td></tr><tr><td>Διαλέξεις</td><td>52</td></tr><tr><td>Εκπόνηση και Συγγραφή</td><td>13</td></tr><tr><td>Εργασιών</td><td></td></tr><tr><td>Μελέτη και Ανάλυση</td><td>30</td></tr><tr><td>Βιβλιογραφίας</td><td></td></tr><tr><td>Εξάσκηση και Προετοιμασία</td><td>30</td></tr><tr><td>Σύνολο Μαθήματος</td><td>125</td></tr></tbody></table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου	Διαλέξεις	52	Εκπόνηση και Συγγραφή	13	Εργασιών		Μελέτη και Ανάλυση	30	Βιβλιογραφίας		Εξάσκηση και Προετοιμασία	30	Σύνολο Μαθήματος	125
Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου																
Διαλέξεις	52																
Εκπόνηση και Συγγραφή	13																
Εργασιών																	
Μελέτη και Ανάλυση	30																
Βιβλιογραφίας																	
Εξάσκηση και Προετοιμασία	30																
Σύνολο Μαθήματος	125																



	(ECTS: 5)
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ	<p>Γραπτή τελική εξέταση διαβαθμισμένης δυσκολίας, που μπορεί να περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής• Ερωτήσεις σύντομης απάντησης• Ερωτήσεις συγκριτικής αξιολόγησης στοιχείων θεωρίας <p>Οι επί μέρους βαθμοί αξιολόγησης αναγράφονται δίπλα σε κάθε θέμα.</p> <p>Είναι δυνατόν να πραγματοποιούνται ενδιάμεσες αξιολογήσεις -πρόοδοι ή/και εκπόνηση εργασιών (mini projects)- καθορισμένων προδιαγραφών. Τα στοιχεία των προόδων (μορφή εξέτασης, ημερομηνία, ώρα, ύλη, συντελεστής στάθμισης, κ.λπ.) καθώς και των στοιχείων/προδιαγραφών των εργασιών ανακοινώνονται έγκαιρα.</p> <p>Οι ενδιάμεσες αξιολογήσεις δεν είναι απαλλακτικές ως προς την ύλη της τελικής εξέτασης.</p> <p>Το ημερολόγιο διαλέξεων, τα κριτήρια αξιολόγησης και οι συντελεστές στάθμισης γίνονται γνωστά στους/στις φοιτητές/τριες στην έναρξη του μαθήματος. Ο/Η διδάσκων/ουσα έχει το δικαίωμα να προσαρμόσει το ρυθμό διδασκαλίας ώστε να προσαρμόζεται η πρόοδος της τάξης. Οι φοιτητές/τριες είναι υπεύθυνοι για την παρακολούθηση όλων των προσαρμογών στο ημερολόγιο των διαλέξεων.</p>

5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

(Αλφαβητική σειρά)

Στατιστική Έρευνας- Μέθοδοι και Εφαρμογές, Ρόντος Κωνσταντίνος, Παπάνης Ευστράτιος, 1^η/2006, ΑΝΔΡΕΑΣ ΣΙΔΕΡΗΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ ΣΙΔΕΡΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.

Μέθοδοι έρευνας αγοράς, Σαμαντά Ειρήνη, 1^η/2019, ΜΠΕΝΟΥ & ΣΙΑ Ε.Ε.

Μέθοδοι έρευνας για τις επιχειρήσεις, Schindler Pamela S. (Συγγρ.) - Αποστολάκης Αλέξανδρος, Κουργιαντάκης Μάρκος (Επιμ.), 1^η/2019, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΕ

Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ, Σιώμος Ι. Γεώργιος, Μαύρος Α. Δημήτριος, 1^η/2018, BROKEN HILL PUBLISHERS LTD

Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς, Σιώμος Γεώργιος Ι., Βασιλικοπούλου Αικατερίνη Ι., 1^η/2005, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ ΑΕ

Μέθοδοι έρευνας αγοράς, Σταθακόπουλος Βλάσης, 1^η/2017, UNIBOOKS IKE

Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς, Τομάρας Πέτρος, 6^η/2018, Διαθέτης (Εκδότης): Γεώργιος Τομάρας

Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, Χρήστου Ευάγγελος, 1^η/2019, ΝΙΚΗΤΟΠΟΥΛΟΣ ΣΑΡΑΝΤΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ