

## ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

### 1. ΓΕΝΙΚΑ

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Προπτυχιακό		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	ΜΚΤ160	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	8 <sup>ο</sup>
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Συμπεριφορά Τουριστών		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b>	<b>ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
Διαλέξεις	4	5	
<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Ειδικού Υποβάθρου - Κορμού		
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	Επιλογής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ</b>	-		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ</b>	Ελληνικά		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>			
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>	<a href="https://tourism.ionio.gr/gr/undergraduate-studies/courses/1228/">https://tourism.ionio.gr/gr/undergraduate-studies/courses/1228/</a>		
<b>ΣΕΛΙΔΑ E CLASS</b>			

### 2. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b>
Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος ο φοιτητής θα είναι σε θέση να :
<ul style="list-style-type: none"><li>• κατανοεί την σπουδαιότητα της ανάλυσης της συμπεριφοράς του τουρίστα για μια επιχείρηση.</li><li>• κατανοεί, ανιχνεύει και προβλέπει τη συμπεριφορά των τουριστών από διάφορες ενδείξεις και αξιοποιώντας γνώσεις από διαφορετικά επιστημονικά πεδία.</li><li>• εφαρμόζει τις κατάλληλες σύγχρονες μεθόδους και τεχνικές για τη διεξαγωγή έρευνας σχετικής με την αναγνώριση των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του τουρίστα σε όλους τους τύπους των επιχειρήσεων, γνωρίζει τίνος ανάγκες πληροί μια συγκεκριμένη τουριστική αγορά και από τι επηρεάζεται.</li></ul>
<b>Γενικές Ικανότητες</b>

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<p>Η συμπεριφορά των τουριστών αποτελεί ένα κρίσιμο στοιχείο για την κατανόηση της φύσης του τουρισμού εν γένει. Επιπλέον, η κατανόηση της συμπεριφοράς των τουριστών είναι καθοριστική για τη δημιουργία των συνθηκών εκείνων που θα επιτρέψουν θετικές και ικανοποιητικές τουριστικές εμπειρίες καθώς και για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών του ταξιδιού, τόσο όσον αφορά την κοινότητα προορισμού όσο και τους ίδιους τους τουρίστες. Αυτή η διδακτική ενότητα εμβαθύνει στους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι συμπεριφέρονται όπως συμπεριφέρονται όταν βρίσκονται στη θέση του τουρίστα. Εξετάζονται οι πτυχές της συμπεριφοράς τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι από τη σκοπιά της καταναλωτικής συμπεριφοράς στον τουρισμό αλλά και άλλων συναφών τομέων έρευνας. Δίδεται προσοχή στην πρακτική σημασία της ανάλυσης της συμπεριφοράς των τουριστών.</p>
<p><u>1<sup>η</sup> εβδομάδα:</u> Εισαγωγή στην ψυχολογία του τουρισμού.</p>
<p><u>2<sup>η</sup> εβδομάδα:</u> Αναφορά στον ανθρώπινο παράγοντα στον τουριστικό τομέα.</p>



3<sup>η</sup> εβδομάδα: Η ψυχολογία των λαών και οι επιρροές από τον τουρισμό.

4<sup>η</sup> εβδομάδα: Κοινωνική στρωμάτωση και τουριστική ψυχολογία.

5<sup>η</sup> εβδομάδα: Εθνοκεντρικές κατευθύνσεις και στερεότυπα στον τουρισμό.

6<sup>η</sup> εβδομάδα: Ψυχολογικοί παράμετροι και οι επιρροές στον τουρισμό.

7<sup>η</sup> εβδομάδα: Η συμπεριφορά του καταναλωτή/ τουρίστα.

8<sup>η</sup> εβδομάδα: Κουλτούρα και συμπεριφορά καταναλωτή.

9<sup>η</sup> εβδομάδα: Διαδικασία λήψης αποφάσεων καταναλωτή/ τουρίστα.

10<sup>η</sup> εβδομάδα: Εξελικτική ψυχολογία και καταναλωτική συμπεριφορά. Η "αντίληψη" του καταναλωτή/ τουρίστα.

11<sup>η</sup> εβδομάδα: Στάσεις καταναλωτή και επικοινωνίες πειθούς.

12<sup>η</sup> εβδομάδα: Καινοτομία, τεχνολογία και συμπεριφορά τουρίστα.

13<sup>η</sup> εβδομάδα: Σύγχρονα ζητήματα που τίθενται σε σχέση με τη συμπεριφορά τουρίστα.

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b>													
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li></ul>												
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<table><tbody><tr><td>Δραστηριότητα</td><td>Φόρτος Εξαμήνου</td></tr><tr><td>Διαλέξεις</td><td>52</td></tr><tr><td>Μελέτη και Ανάλυση</td><td>73</td></tr><tr><td>Βιβλιογραφίας</td><td></td></tr><tr><td><b>Σύνολο Μαθήματος</b></td><td><b>125</b></td></tr><tr><td>(ECTS: 5)</td><td></td></tr></tbody></table>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου	Διαλέξεις	52	Μελέτη και Ανάλυση	73	Βιβλιογραφίας		<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>125</b>	(ECTS: 5)	
Δραστηριότητα	Φόρτος Εξαμήνου												
Διαλέξεις	52												
Μελέτη και Ανάλυση	73												
Βιβλιογραφίας													
<b>Σύνολο Μαθήματος</b>	<b>125</b>												
(ECTS: 5)													
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b>	<p>Γραπτή τελική εξέταση διαβαθμισμένης δυσκολίας, που μπορεί να περιλαμβάνει:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής</li><li>• Ερωτήσεις σύντομης απάντησης</li><li>• Ερωτήσεις συγκριτικής αξιολόγησης στοιχείων θεωρίας</li></ul> <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,</p>												



συντελεστής στάθμισης, κ.λπ.) καθώς και των στοιχείων/προδιαγραφών των εργασιών ανακοινώνονται έγκαιρα.

Οι ενδιάμεσες αξιολογήσεις δεν είναι απαλλακτικές ως προς την ύλη της τελικής εξέτασης.

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.

## 5. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Τουριστική Ψυχολογία και Συμπεριφορά Τουρίστα-Καταναλωτή (2015), Λύτρας Π., Interbooks
- Μπαλτάς, Γ. και Παπασταθοπούλου, Π. (2013). Συμπεριφορά Καταναλωτή (2η Έκδοση), Αθήνα, Εκδοτικός Οίκος Rosili.
- Σιώμκος, Ι. Γ. (2011). Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ (3η Έκδοση), Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Grunert, K. (1999). Consumer Behaviour and Market Strategy European Edition (1st Edition), London, McGraw Hill.