



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων
και Αθλητισμού



Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ

Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού

ΣΑΕΚ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

**ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ
ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
«ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»**

Συγγραφική ομάδα

Κωνσταντίνος Τσαγκαράκης
Αντώνιος Δεσούπρης
Αικατερίνη Μπομπολάκη
Μαρία Κρουσανιωτάκη
Κωνσταντίνος Καραγιάννης
Μαρία Καμπέρη
Αρετή Λαγού
Φώτιος Λαζαρίνης
Πάυλος Μούλιος
Αναστάσιος Παπαθανασίου

Σύμβουλος μεθοδολογίας ανάπτυξης

του εκπαιδευτικού εγχειριδίου

Στέφανος Οικονόμου

Γλωσσική επιμέλεια

Εκδόσεις Σοκόλη

Σχεδιασμός-σελιδοποίηση

Mr. Moschos / WINK DESIGN

Το περιεχόμενο του εκπαιδευτικού εγχειριδίου της ειδικότητας διαμορφώθηκε από τη συγγραφική ομάδα με βάση μεθοδολογικές προδιαγραφές και ειδικά πρότυπα που επεξεργάστηκε το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» (κωδικός ΟΠΣ [MIS] 5069281) του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020», που υλοποιήθηκε με σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων και, ειδικότερα, από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Κ.Τ.). Το παρόν εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αναπτύχθηκε με την ευθύνη του ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, τα επιστημονικά στελέχη του οποίου παρακολούθησαν και υποστήριξαν τον συντονισμό του έργου σε όλες του τις φάσεις.

Περιεχόμενα

1	Πρόλογος	7
2	Εισαγωγή	9
A	Περιγραφή ειδικότητας	11
1	Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού	11
1 . 1	Τίτλος ειδικότητας	11
1 . 2	Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)	11
2	Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας	12
2 . 1	Ορισμός ειδικότητας	12
2 . 2	Αρμοδιότητες/Καθήκοντα	12
2 . 3	Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα	12
2 . 4	Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης	13
B	Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	15
1	Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας	15
2	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης	16
Γ	Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	18
1	Ωρολόγιο πρόγραμμα	19
2	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης	22
2 . 1	ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄	22
2 . 1 . A	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ	22
2 . 1 . B	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	27
2 . 1 . Γ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	32
2 . 1 . Δ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	38
2 . 1 . Ε	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	44
2 . 1 . ΣΤ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ	51
2 . 1 . Ζ	ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	57
2 . 1 . Η	ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ	65
2 . 1 . Θ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Α΄	70

2 . 2	ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄	76
2 . 2 . Α	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ	76
2 . 2 . Β	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	81
2 . 2 . Γ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	86
2 . 2 . Δ	ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ	93
2 . 2 . Ε	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ	99
2 . 2 . ΣΤ	ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	106
2 . 2 . Ζ	ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	111
2 . 2 . Η	ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	117
2 . 2 . Θ	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ	124
2 . 2 . Ι	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Β΄	130
 2 . 3	 ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄	 136
2 . 3 . Α	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	136
2 . 3 . Β	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	141
2 . 3 . Γ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ	146
2 . 3 . Δ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΥΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥΣ ΝΑΥΛΟΥΣ	155
2 . 3 . Ε	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	161
2 . 3 . ΣΤ	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ	170
2 . 3 . Ζ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ	175
2 . 3 . Η	ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	182
2 . 3 . Θ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	188
2 . 3 . Ι	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Γ΄	197
 2 . 4	 ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄	 203
2 . 4 . Α	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	203
2 . 4 . Β	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	208
2 . 4 . Γ	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	215
2 . 4 . Δ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ	223
2 . 4 . Ε	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	229
2 . 4 . ΣΤ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	238
2 . 4 . Ζ	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	245
2 . 4 . Η	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ (FRONT/BACK OFFICE)	250
2 . 4 . Θ	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Δ΄	256
 3	 Διδακτική μεθοδολογία	 263
4	Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης	266

4 . 1	Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας	266
4 . 2	Μέσα ατομικής προστασίας	267
Δ	Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης	268
1	Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης	269
2	Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η	271
2 . 1	Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης	271
2 . 2	Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκούμενου/-ης	271
2 . 3	Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης	273
3	Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης	274
4	Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης	275
5	Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης	279
5 . 1 . Α	ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	279
5 . 1 . Β	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ	280
5 . 1 . Γ	ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	280
5 . 1 . Δ	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ – ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	281
5 . 2	Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης	282
	Βιβλιογραφία	284
A	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα	285
B	Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων	298
Γ	Σχετική εθνική νομοθεσία	301

1 | Πρόλογος

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» [κωδικός ΟΠΣ (ΜΙΣ) 5069281], η οποία υλοποιήθηκε με σύμπραξη των κοινωνικών εταίρων και ειδικότερα από το ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ (επικεφαλής εταίρο της κοινοπραξίας), το ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, το ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, το ΚΑΕ-ΛΕ/ΕΣΕΕ, το ΙΝΣΕΤΕ, καθώς και τον ΕΟΠΠΕΠ, και συγχρηματοδοτήθηκε από το ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση».

Το έργο αυτό αποτέλεσε μια ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη βελτίωση και την ενίσχυση του θεσμού της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης σε μια περίοδο κατά την οποία, περισσότερο από ποτέ, το αίτημα της διασύνδεσής του με την αγορά εργασίας είναι επιτακτικό και επίκαιρο. Ιδιαίτερα, μετά τη μακρά περίοδο οικονομικής κρίσης και ύφεσης, την οποία αντιμετώπισε η ελληνική κοινωνία, αλλά και τις συνέπειες από την πανδημική κρίση Covid-19, οι αναδυόμενες προκλήσεις καθιστούν αναγκαία στοχευμένα μέτρα εκσυγχρονισμού του θεσμού. Το συγκεκριμένο έργο αποτέλεσε μια συστηματική προσπάθεια αντιμετώπισης χρόνιων αδυναμιών του πεδίου, αναβάθμισης του επιπέδου των παρεχόμενων γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων και βελτίωσης των μαθησιακών αποτελεσμάτων που απορρέουν από την επαγγελματική κατάρτιση σε συγκεκριμένες ειδικότητες.

Εμπερικλείοντας μια καινοτόμο δέσμη αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων, μεθόδων και πρακτικών, επιδίωξε να συμβάλει με πολλαπλασιαστικό τρόπο στην ενίσχυση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Ειδικότερα, στο πλαίσιο του έργου:

- Διεξήχθη ποιοτική έρευνα με στόχο τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών και της δυναμικής που διέπει το πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης στη χώρα μας και στον ευρωπαϊκό χώρο, με στόχο τη διαμόρφωση σχετικών προτάσεων πολιτικής.
- Αναπτύχθηκαν:
 - Επικαιροποιημένοι «οδηγοί κατάρτισης» για 130 ειδικότητες αρχικής κατάρτισης.
 - Αντίστοιχα εκπαιδευτικά εγχειρίδια, για την υποστήριξη της κατάρτισης/εκπαίδευσης των σπουδαστών/-τριών.
 - Συναφείς τράπεζες θεμάτων για κάθε ειδικότητα.
- Το σύνολο των παραπάνω στηρίχθηκε σε ένα ενιαίο μεθοδολογικό πλαίσιο, μέσω του οποίου επιδιώχθηκε η σύνδεση της κοινωνικής εμπειρίας της εργασίας, της εκπαί-

δευσης και της πιστοποίησής της, λαμβάνοντας υπόψη το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, καθώς και τις ιδιαιτερότητες του πεδίου της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης.

- Τέλος, με γνώμονα την ενίσχυση της θετικής επενέργειας του έργου σε θεσμικό επίπεδο, αναπτύχθηκε μια μεθοδολογία ευέλικτης τακτικής περιοδικής επανεξέτασης και επικαιροποίησης των περιεχομένων των οδηγιών κατάρτισης, των εγχειριδίων και των τραπεζών θεμάτων, ώστε αυτά να βρίσκονται –κατά το δυνατόν– σε αντιστοιχία με τα νέα τεχνολογικά, οργανωσιακά, εργασιακά, περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα και τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και των εκπαιδευομένων.

2 | Εισαγωγή

Το παρόν εγχειρίδιο, εκκινώντας από την περιγραφή της ειδικότητας, εστιάζεται στο αναλυτικό περιεχόμενο και τις βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές ενός προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού». Στοιχεύει στην ενημέρωση του συνόλου των συντελεστών του εγχειριδίου, λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο των καθηκόντων και τις ιδιαιτερότητές της, καθώς και τους ισχύοντες θεσμικούς περιορισμούς στο πεδίο.

Απευθύνεται κυρίως στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες, αλλά και στους/στις εκπαιδευτές/-τριες των προγραμμάτων αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης. Επιπλέον, αποτελεί ένα χρήσιμο εγχειρίδιο για τα στελέχη σχεδιασμού, τους σχετικούς φορείς υλοποίησής τους –τις Σχολές Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης–, αλλά και για το σύνολο των υπόλοιπων δυνάμει συντελεστών ενός προγράμματος αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, ιδιαίτερα για όσους/-ες συμμετέχουν στην υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εγχειρίδιο αυτό αποτελεί μια συστηματική βάση, η οποία περιλαμβάνει βασικά στοιχεία για την κατανόηση του πεδίου της συγκεκριμένης ειδικότητας, αλλά κυρίως εστιάζεται στην ανάλυση των μαθησιακών ενοτήτων και των εκπαιδευτικών προδιαγραφών της θεωρητικής και της εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και στην υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, για το κάθε πρόγραμμα αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, το οποίο δύναται να υλοποιηθεί, είναι απαραίτητο να ληφθούν συστηματικά υπόψη τα εκπαιδευτικά περιεχόμενα όπως και οι μεθοδολογικές προδιαγραφές που περιλαμβάνονται.

Ειδικότερα, το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο αποτελείται από τέσσερα (Α΄-Δ΄) Μέρη.

- **Το Μέρος Α΄ παρέχει συνοπτικά τις πληροφορίες που αφορούν την περιγραφή της ειδικότητας.**
Περιλαμβάνει την περιγραφή της ειδικότητας, των κύριων εργασιακών καθηκόντων της, των προοπτικών απασχόλησης σε αυτήν, ενώ γίνεται αναφορά σε βασικές πηγές πληροφόρησης σε σχέση με την ειδικότητα.
- **Το Μέρος Β΄ εστιάζεται στον καθορισμό των ευρύτερων αλλά και των επιμέρους ενοτήτων προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων του προγράμματος κατάρτισης.**
Αναφέρεται στις δραστηριότητες που θα είναι σε θέση να επιτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες μετά το πέρας της συνολικής κατάρτισής τους στη συγκεκριμένη ειδικότητα.

- **Το Μέρος Γ΄ εστιάζεται στο περιεχόμενο και στη διάρθρωση του προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης, καθώς και σε βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές υλοποίησής του.**

Το Μέρος Γ΄ περιλαμβάνει το ωρολόγιο πρόγραμμα, καθώς και την περίληψη, τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα, τις ώρες διδασκαλίας ανά εβδομάδα, τις βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά, ένα κείμενο αναφοράς και τις προτεινόμενες πηγές μελέτης κάθε μαθησιακής ενότητας. Επιπλέον, αναφέρεται στην προτεινόμενη διδακτική μεθοδολογία, όπως και σε σημαντικές πληροφορίες που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

- **Το Μέρος Δ΄ εστιάζεται στην περιγραφή του περιεχομένου, των χαρακτηριστικών και των προδιαγραφών υλοποίησης της πρακτικής άσκησης.**

Περιλαμβάνεται η περιγραφή του θεσμού της πρακτικής άσκησης και παρέχονται χρήσιμες οδηγίες για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες και τους/τις εκπαιδευτές/-τριες στον χώρο εργασίας. Στα περιεχόμενα συγκαταλέγονται, επίσης, οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης, ενδεικτικές εργασίες, τις οποίες θα εκτελέσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, καθώς και οι ειδικές προδιαγραφές υλοποίησης που αφορούν τον εξοπλισμό. Αναλύονται οι ενότητες μαθησιακών αποτελεσμάτων, ενώ προτείνονται βασικές μεθοδολογικές αρχές για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης.

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο και η τράπεζα θεμάτων της ειδικότητας συνδέονται οργανικά με τον αντίστοιχο οδηγό κατάρτισης της ειδικότητας.¹

Για τη συγγραφή της μεθοδολογίας ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων συνεργάστηκαν οι Ρένα Βαρβιτσιώτη, Ελένη Θεοδωρή, Κωνσταντίνος Μαρκίδης και Δέσποινα Μπαμπανέλου, η οποία ανέλαβε και τη συντακτική της επιμέλεια. Η μεθοδολογία αυτή εκπονήθηκε στο πλαίσιο της «Οριζόντιας Εκπαιδευτικής Μεθοδολογίας» της εν λόγω Πράξης «ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΔΗΓΩΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ (ΙΕΚ)» και με βάση μια κατάλληλα προσαρμοσμένη εκδοχή του προτύπου ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ (Γούλας, Μαρκίδης & Μπαμπανέλου, 2021).

1 Γιαννακούλης, Η., Οικονόμου, Σ., Γκορόγια, Γ. & Χρήστου, Φ. (2022). *Οδηγός Κατάρτισης στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα του Τουρισμού»*. Κωδικός ΟΠΣ[MIS]5069281. ΙΝΕ/ΓΣΕΕ.



Περιγραφή ειδικότητας

1 | Τίτλος της ειδικότητας και ομάδα προσανατολισμού

1.1 • Τίτλος ειδικότητας

«Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» με βάση τον Ν. 4763/2020 Οδηγοί Κατάρτισης Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης ΣΑΕΚ (ΦΕΚ 4920/Β/28-8-24), απόφαση: ΦΒ6/94147/Κ3.

1.2 • Ομάδα προσανατολισμού (επαγγελματικός τομέας)

Η ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα του Τουρισμού» ανήκει στην ομάδα προσανατολισμού Διοίκησης και Οικονομίας και στον τομέα Διοίκησης και Οικονομίας.

2 | Συνοπτική περιγραφή ειδικότητας

2.1 • Ορισμός ειδικότητας

Το «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», με τις εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες, τις οποίες έχει αποκτήσει κατά την εκπαίδευσή του, θα είναι σε θέση να δραστηριοποιηθεί σε ένα ευρύ φάσμα τουριστικών επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών. Σκοπός είναι η ανάληψη της διεκπεραίωσης μέρους ή συνόλου τουριστικών υπηρεσιών, στο πλαίσιο μιας οργανωτικής ιεραρχικής δομής και μέσω προκαθορισμένων οδηγιών και διαδικασιών, ώστε να συμβάλλει στην αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης.

2.2 • Αρμοδιότητες/Καθήκοντα

Το «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» ασκεί (ενδεικτικά και όχι περιοριστικά) τις παρακάτω αρμοδιότητες/καθήκοντα:

- Παρέχει τουριστικές υπηρεσίες προς μεμονωμένους/-ες ταξιδιώτες/-ισσες (individuals) ή οργανωμένες ομάδες ταξιδιωτών/-ισσών (groups),
- Παρέχει πληροφορίες για ταξίδια στο εσωτερικό και στο εξωτερικό,
- Συμβάλλει στη σύνταξη πακέτων επαγγελματικού τουρισμού (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions-MICE),
- Προωθεί τουριστικές υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
- Εντοπίζει πελάτες/-ισσες τουριστικών επιχειρήσεων και παρέχει πληροφορίες σχετικά με τουριστικές και ταξιδιωτικές υπηρεσίες και προϊόντα,
- Πραγματοποιεί κρατήσεις πολλαπλών ή μεμονωμένων τουριστικών και ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- Πραγματοποιεί πωλήσεις τουριστικών και ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών με τη βοήθεια ηλεκτρονικών μέσων (π.χ. Global Distribution Systems, εφαρμογές διαδικτύου, ηλεκτρονικού καταστήματος κ.ά.),
- Συμμετέχει στην ανάπτυξη και εφαρμογή προωθητικών ενεργειών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών στο Διαδίκτυο,
- Παρακολουθεί στατιστικά στοιχεία της εταιρικής ιστοσελίδας και των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

2.3 • Προοπτικές απασχόλησης στον κλάδο ή τομέα

Ο/Η κάτοχος διπλώματος της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» μπορεί να εργαστεί σε όλο το φάσμα των γραφείων παροχής ταξιδιωτικών υπηρεσιών, όπως, για παράδειγμα, στα εξής είδη τουριστικών γρα-

φείων: «διανομείς» τουριστικών υπηρεσιών, «παραγωγοί» τουριστικών υπηρεσιών, «υποδοχής» (ground operator), γενικού τουρισμού, εσωτερικού τουρισμού, εισερχόμενου τουρισμού (incoming), εξερχόμενου τουρισμού (outgoing), ειδικών μορφών τουρισμού, γραφεία με δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων εξωτερικού (IATA approved), χωρίς δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων (IATA non-approved), ακτοπλοϊκά πρακτορεία, γραφεία έκδοσης οδικών και σιδηροδρομικών εισιτηρίων, γραφεία επαγγελματικού τουρισμού, διαδικτυακά γραφεία (OTA: Online Travel Agencies) και, τέλος, γραφεία εναλλακτικού τουρισμού.

Υπάρχει επίσης η δυνατότητα απασχόλησης σε μεγάλους τουριστικούς οργανισμούς (tour operators), σε γραφεία οδικών μεταφορών, τα οποία αναλαμβάνουν μετακινήσεις με τουριστικά λεωφορεία, καθώς και σε γραφεία ενοικίασεως οχημάτων.

Εκτός από μεμονωμένες επιχειρήσεις, οι απόφοιτοι/-ες της ειδικότητας μπορούν να εργαστούν ως διοικητικοί/-ές υπάλληλοι σε συλλογικούς φορείς του τουριστικού-ταξιδιωτικού ιδιωτικού τομέα, στην περίπτωση που απασχολούν προσωπικό. Πρόκειται για ενώσεις επαγγελματιών και ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες σχετίζονται με το αντικείμενο των σπουδών του τμήματος. Τέτοιοι φορείς είναι, για παράδειγμα, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (Hellenic Association of Professional Congress Organizers), οργανισμός, ο οποίος έχει ως κύρια επιδίωξη τη θεσμική συνάντηση των επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων και επιχειρήσεων που καλύπτουν όλο το εύρος υπηρεσιών και προϊόντων της συνεδριακής αγοράς, καθώς και την εκπροσώπησή τους.

Σε ό,τι αφορά τις μη ταξιδιωτικές επιχειρήσεις, ο/η απόφοιτος/-η της ειδικότητας έχει τη δυνατότητα να εργαστεί σε γραφεία διοργάνωσης συνεδρίων και επαγγελματικών συναντήσεων εν γένει, σε γραφεία ναύλωσης σκαφών αναψυχής, καθώς και σε εταιρείες παροχής υπηρεσιών για σκάφη αναψυχής. Υπάρχει ακόμα η δυνατότητα εργασίας σε γραφεία διοργάνωσης εκδρομών, σε γραφεία κρατήσεων εισιτηρίων θεαμάτων και κρουαζιέρων, καθώς και σε γραφεία υπηρεσιών αεροδρομίου.

Εκτός από την απασχόληση στον ιδιωτικό τομέα, υπάρχει η δυνατότητα απασχόλησης σε τουριστικούς φορείς της κεντρικής δημόσιας διοίκησης, της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και σε επιμελητήρια.

2.4 • Πρόσθετες πηγές πληροφόρησης

- Ευρωπαϊκή Ταξινόμηση Δεξιοτήτων, Ικανοτήτων, Προσόντων και Επαγγελμαμάτων (ESCO):

<https://esco.ec.europa.eu/en/classification/occupation>

- World Economic Forum (WEF) – Travel & Tourism Development Index:

<https://www.weforum.org/publications/series/travel-tourism-development-index/>

- Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ):

<https://www.efet.gr/index.php/el/>

- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ):
<https://gnto.gov.gr/>
- Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ):
<https://insete.gr/>
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ):
<https://www.itep.gr/>
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (ΞΕΕ):
<https://www.grhotels.gr/>
- Υπουργείο Τουρισμού – Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης:
<https://mintour.gov.gr/pyt-sxoles/>
- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UN Tourism):
<https://www.untourism.int/>
- Πανελλήνια Ένωση Ιδιοκτητών Κάμπινγκ:
<https://greececamping.gr/>
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργατών στον Επισιτισμό – Τουρισμό (ΠΟΕΕΤ):
<https://www.poeet.gr/>
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελμάτων (ΠΟΕΣΕ):
<https://www.poesse.gr>
- Γενική Πανελλαδική Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού (ΓΕΠΟΕΤ):
<http://www.poet.gr/>
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ):
<https://www.hhf.gr/>
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ):
<https://sete.gr/>
- Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ):
<https://www.setke.gr/el/about-us>
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων – Δικτυακός τόπος διαβουλεύσεων (12.8.2013):
<https://www.opengov.gr/ypepth/?p=1662>

B

Σκοπός και προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

1 | Σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος κατάρτισης της ειδικότητας είναι να προετοιμάσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού». Επιδιώκεται, μέσω της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης, αλλά και της πρακτικής άσκησης ή της μαθητείας, να αποκτήσουν τις αναγκαίες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες για την άσκηση της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού».

2 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης

Οι γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που θα αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατά τη διάρκεια της κατάρτισής τους οργανώνονται σε ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων.

Πιο συγκεκριμένα, για την ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» διακρίνουμε τις παρακάτω ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων:

- α** «Αρχές διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων»,
- β** «Λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της οργάνωσης ταξιδιών»,
- γ** «Νέες τεχνολογίες στον τομέα του τουρισμού»,
- δ** «Εξυπηρέτηση πελατών/-ισών, πωλήσεις υπηρεσιών τουριστικού τομέα».

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα ανά ενότητα που προσδιορίζουν με σαφήνεια όσα οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα γνωρίζουν ή/και θα είναι ικανοί/-ές να εκτελούν, αφού ολοκληρώσουν το πρόγραμμα κατάρτισης της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
A. «Αρχές διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων»	• Αναλύουν τις ιδιομορφίες του τουριστικού φαινομένου, • Συσχετίζουν τις διαφορετικές υποδιαιρέσεις των επιχειρήσεων της τουριστικής βιομηχανίας, • Εφαρμόζουν πορίσματα της επιστήμης της διοίκησης επιχειρήσεων, • Χρησιμοποιούν πορίσματα της λειτουργικής και της στρατηγικής διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων, • Εφαρμόζουν βασικές γνώσεις λογιστικής τουριστικών επιχειρήσεων, • Αναφέρουν στοιχεία του εμπορικού δικαίου, της τουριστικής νομοθεσίας και του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ).

συνέχεια >>

Πίνακας 1 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	Επιμέρους προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα Με την ολοκλήρωση του προγράμματος κατάρτισης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:
Β. «Λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της οργάνωσης ταξιδιών»	• Διακρίνουν τις εργασίες και τις παρεχόμενες υπηρεσίες των τμημάτων ενός τουριστικού γραφείου, • Σχεδιάζουν τουριστικά πακέτα βάσει απαιτήσεων και αναγκών των πελατών/-ισσών, • Συμμετέχουν στην παραγωγή, κράτηση, διάθεση και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, • Χρησιμοποιούν αγγλική και γαλλική ταξιδιωτική ορολογία στο πλαίσιο πώλησης ταξιδιωτικών υπηρεσιών, • Διαχειρίζονται καταστάσεις κρίσεων κατά την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, • Αναγνωρίζουν τους αξιόλογους ελληνικούς και διεθνείς τουριστικούς προορισμούς σε εθνικό και σε παγκόσμιο επίπεδο.
Γ. «Νέες τεχνολογίες στον τομέα του τουρισμού»	• Χρησιμοποιούν Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στον τομέα του τουρισμού, • Χρησιμοποιούν υλικό και λογισμικό γραφείου, • Συμμετέχουν στη δόμηση του περιεχομένου των ιστοσελίδων παροχής πληροφοριών και πώλησης υπηρεσιών (e-shop) μιας τουριστικής επιχείρησης.
Δ. «Εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών-πωλήσεις υπηρεσιών τουριστικού τομέα»	• Συμμετέχουν στη σύνταξη διαφημιστικού υλικού τουριστικών υπηρεσιών, • Συμμετέχουν στην υλοποίηση της προωθητικής-διαφημιστικής εκστρατείας τουριστικών υπηρεσιών, • Υποστηρίζουν τις πωλήσεις τουριστικών υπηρεσιών, • Αξιολογούν την ικανοποίηση των πελατών/-ισσών της τουριστικής επιχείρησης, • Διαχειρίζονται δυσαρεστημένους/-ες πελάτες/-ισσες, • Συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη δημιουργία και εξέλιξη των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.



Βασικές εκπαιδευτικές προδιαγραφές και αναλυτικό περιεχόμενο του προγράμματος της θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

1 | Ωρολόγιο πρόγραμμα

Παρατίθεται το ωρολόγιο πρόγραμμα της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», με παρουσίαση των εβδομαδιαίων ωρών θεωρίας (Θ), εργαστηρίων (Ε), καθώς και του συνόλου (Σ) αυτών ανά μάθημα και ανά εξάμηνο:

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ	2		2									
2	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	2		2									
3	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	3		3									
4	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	3		3									
5	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	2		2									
6	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ	2		2									
7	ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	2		2									
8	ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ		2	2									
9	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Α΄		2	2									
10	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ				2		2						
11	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ				2		2						
12	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ				2		2						
13	ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ				2		2						
14	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ				1	1	2						
15	ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ				2		2						
16	ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ				1	1	2						

συνέχεια >>

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
17	ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ				2		2						
18	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ				2		2						
19	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Β΄					2	2						
20	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ							2		2			
21	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ							2		2			
22	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ							2		2			
23	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΥΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥΣ ΝΑΥΛΟΥΣ							2		2			
24	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ							2		2			
25	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ							2		2			
26	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ							2		2			
27	ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ							2		2			
28	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ							2		2			
29	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Γ΄								2	2			
30	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ										2		2
31	ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ										2		2
32	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ										1	1	2
33	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ										1	2	3
34	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ										2		2
35	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ										2		2

Πίνακας 2 /// Ωρολόγιο πρόγραμμα

ΕΞΑΜΗΝΟ		Α			Β			Γ			Δ		
Α/Α	ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ	Θ	Ε	Σ
36	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ										2		2
37	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ (FRONT/BACK OFFICE)											3	3
38	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Δ΄											2	2
ΣΥΝΟΛΟ		16	4	20	16	4	20	18	2	20	12	8	20

2 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος θεωρητικής και εργαστηριακής κατάρτισης

2.1 • ΕΞΑΜΗΝΟ Α΄

2.1.A • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη βασική αγγλική ορολογία, καθώς η αγγλική αποτελεί την κύρια γλώσσα του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Διαμέσου της κατανόησης της αγγλικής γλώσσας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έρθουν σε πρώτη επαφή με την αγγλική τουριστική ορολογία.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν σε αρχικό επίπεδο την αγγλική γλώσσα,
- Συντάσσουν γραπτό και προφορικό λόγο στην αγγλική,
- Διαχειρίζονται ζητήματα καθημερινής επικοινωνίας στα αγγλικά, ανταλλάσσοντας απλές πληροφορίες για θέματα σχετικά με την εξυπηρέτηση σε ένα τουριστικό γραφείο,
- Χρησιμοποιούν τον αγγλικό λόγο κατά τη διάρκεια συλλογικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων,
- Μετατρέπουν την αγγλική ορολογία σε ελληνική και το αντίστροφο,
- Διατυπώνουν το νόημα ενός απλού και σύντομου μηνύματος στα αγγλικά,
- Συμπληρώνουν ταξιδωτικά έντυπα στην αγγλική γλώσσα.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Educational activities / English for communicative purposes / English for tourism / Everyday conversation / Oral communication / Scanning for information / Terminology translation / Tourism terminology / Travel documents / Written communication.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
2	ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ
3	ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
4	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ
5	ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ
6	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Κείμενο αναφοράς

2.1.A.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Η μαθησιακή υποενότητα αποτελεί μια εισαγωγή τόσο στον γραπτό όσο και στον προφορικό λόγο στην αγγλική γλώσσα. Σκοπός είναι να αποκτηθούν οι απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες ανταλλαγής μηνυμάτων, ανάκλησης βασικών γνώσεων και πληροφοριών σχετικών με τις επικοινωνιακές συνθήκες σε χώρους που σχετίζονται με τον τουρισμό και να αναπτυχθούν θετικές στάσεις απέναντι στην επικοινωνία στην αγγλική γλώσσα. Εστιάζεται η αλληλεπίδραση με αγγλόφωνο κοινό σε θέματα όπως η υποδοχή (reception), η εξυπηρέτηση πελατών/-ισών (customer service) και η επίλυση αποριών (Addressing inquiries), και δημιουργούνται οι βάσεις για σωστή επικοινωνία και παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας στον τουριστικό τομέα. Μέσω διαλόγων στα αγγλικά, γίνεται αναφορά σε βασικές φράσεις τουριστικής επικοινωνίας και γλωσσικές πράξεις όπως: “Greeting”, “Asking for something”, “Requesting a service”, “Thanking”, “Going to a hotel”, “Making a reservation”, “Going to a restaurant”, “Moving around”, “Buying a ticket” και “Indicating a mode of transportation”. Αναλύεται ο σχηματισμός και η χρήση των χρόνων της αγγλικής γλώσσας με έμφαση στη διατύπωση προτάσεων που περιγράφουν την καθημερινότητα ή συνήθεις πράξεις (Present Simple), προσωρινές καταστάσεις (Present Continuous), εμπειρίες και καταστάσεις που άρχισαν στο παρελθόν και έχουν συνέχεια στο παρόν (Present Perfect), μελλοντικά σχέδια (Simple Future), γεγονότα που είχαν διάρκεια στο παρελθόν (Past Continuous) ή συνέβησαν σε συγκεκριμένη στιγμή (Simple Past). Ως εκπαιδευτικές μέθοδοι προτείνονται η χρήση του παιχνιδιού ρόλων για την προφορική παραγωγή και η σύνταξη ενός σύντομου κειμένου σχετιζόμενου με τον τουρισμό για την ανάπτυξη δεξιοτήτων παραγωγής γραπτού λόγου, με έμφαση στην ορθή χρήση του λεξιλογίου και των χρόνων.

2.1.A.2 | ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα εστιάζεται η επικοινωνιακή αγγλική γλώσσα, η οποία αποτελεί μια προσέγγιση στην εκμάθηση της γλώσσας, κατά την οποία οι εκπαιδευόμε-

νοι/-ες βασίζονται στην πραγματική ζωή, ώστε να τους βοηθήσει να αλληλεπιδρούν με άλλα άτομα σε ένα τουριστικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται τεχνικές επικοινωνιακών δεξιοτήτων (communication skills) στα αγγλικά, με στόχο την αποτελεσματικότερη χρήση της αγγλικής ορολογίας και την ενίσχυση των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων για επαγγελματικούς λόγους. Εστιάζεται, επίσης, η διαχείριση συζήτησης με διεθνές ακροατήριο, ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι διαπολιτισμικές διαφορές (inter-cultural differences). Αναπτύσσονται οι απαιτούμενες δεξιότητες για φυσική προσέγγιση στην εκμάθηση γλωσσών και στην απόκτηση του απαιτούμενου λεξιλογίου (vocabulary acquisition). Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η τεχνική του role-playing, κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ανά ζεύγη, παρουσιάζουν στην τάξη σύντομους διαλόγους στην αγγλική γλώσσα, μέσω των οποίων επιδιώκεται η βελτίωση της προφορικής επικοινωνίας, της προφοράς (accent) και των συντακτικών δομών των προτάσεων που χρησιμοποιούνται. Η εν λόγω μαθησιακή υποεπάρκεια συμβάλλει, επίσης, στην καλύτερη προετοιμασία για την εκμάθηση της ορολογίας σχετικά με την έννοια της επικοινωνίας στον χώρο του τουρισμού, με έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις (interpersonal relations), ενώ αναλύονται και αξιοποιούνται λέξεις ή φράσεις της αργκό (slang) και παραγλωσσικά στοιχεία, όπως η γλώσσα του σώματος (body language).

2.1.A.3 | ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποεπάρκεια στοχεύει στην εξοικείωση των εκπαιδευομένων με την αγγλική ορολογία για τη διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς στην τουριστική βιομηχανία η γραπτή επικοινωνία με πελάτες/-ισσες για θέματα οργάνωσης και πώλησης ενός ταξιδιού, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι, είναι απαραίτητη. Για να αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες δεξιότητες σύνθεσης και απάντησης σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στα αγγλικά, αρχικά, παρουσιάζονται τα βασικά μέρη ενός μηνύματος, όπως θέμα (subject), χαιρετισμός (greeting), σκοπός αποστολής (purpose), αίτημα για δράση (call to action) και κλείσιμο/υπογραφή (sign-off). Στη συνέχεια, μελετώνται παραδείγματα μηνυμάτων επίσημης και ανεπίσημης επικοινωνίας, με σκοπό να αναγνωρίζονται οι φράσεις και οι λέξεις που προτιμώνται στην επίσημη και εκείνες που χρησιμοποιούνται στην ανεπίσημη επικοινωνία. Δίνεται έμφαση στη διαφορά μεταξύ “Dear” και “Hello”, “I am writing to...” και “I was wondering...”, και “Respectfully” και “See you soon”. Δεδομένου ότι η παθητική φωνή χρησιμοποιείται συχνά στην επίσημη επικοινωνία, συνιστάται να αφιερωθεί χρόνος για την κατανόηση και την εκμάθησή της. Γίνεται σύγκριση της ενεργητικής με την παθητική φωνή, παρουσιάζονται ο σχηματισμός και η χρήση της και, στη συνέχεια, αναφέρεται και αναλύεται η χρήση του “get” στην καθομιλουμένη, στο συγκεκριμένο πλαίσιο. Για την εμβάθυνση στη νέα γνώση, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναθέτει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τη σύνταξη μηνυμάτων επίσημης ή ανεπίσημης επικοινωνίας, ανάλογα με τον/την παραλήπτη/-τρια, ελέγχοντας, κατά περίπτωση, τη χρήση του κατάλληλου λεξιλογίου και την ορθή χρήση της γραμματικής της αγγλικής γλώσσας.

2.1.A.4 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ

Η παρούσα υποενότητα στοχεύει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων μετάφρασης αγγλικής τουριστικής ορολογίας, ώστε οι οδηγίες, οι πληροφορίες και οι σημαντικές λεπτομέρειες που σχετίζονται με δραστηριότητες και αξιοθέατα να γίνονται κατανοητές από τουρίστες/-τριες από διαφορετικές χώρες. Κατά τη διάρκεια της υποενότητας, επιλέγονται αυθεντικά αγγλόφωνα κείμενα τουριστικού περιεχομένου, μελετώνται λεπτομερώς και πραγματοποιείται η μετάφρασή τους στα ελληνικά ή ακολουθείται η αντίστροφη πορεία. Αξιοποιούνται οι μεταφραστικές δεξιότητες και η δημιουργικότητα των εκπαιδευομένων και εστιάζεται η προσοχή στην τουριστική ορολογία του κειμένου-πηγής και στην κατά το δυνατόν πιστότερη απόδοσή της στη γλώσσα-στόχο. Προσφέρεται ποικιλία προσεγγίσεων για την εκμάθηση και την εξάσκηση στη μετάφραση τουριστικής ορολογίας, καθώς, με τη βοήθεια πρακτικών ασκήσεων και ομαδοσυνεργατικών εργασιών, ενισχύονται οι δεξιότητες και αναπτύσσεται η αυτοπεποίθηση των εκπαιδευομένων στη χρήση της γλώσσας και στη μετάφραση ορολογίας, με στόχο την κατανόηση της δομής και της χρήσης της τουριστικής ορολογίας στα αγγλικά και στα ελληνικά. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η μέθοδος project. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να δημιουργήσουν ένα ελληνοαγγλικό λεξικό τουριστικών όρων. Αξιολογούνται τόσο η κατάρκτηση της ορθογραφίας και της συντακτικής δομής των προτάσεων που δημιουργούνται όσο και η πληρότητα και η ακρίβεια του ορολογικού λεξικού. Συνολικά, η εν λόγω υποενότητα στοχεύει στην ενδυνάμωση των πρακτικών δεξιοτήτων των εκπαιδευομένων στον τομέα της ορολογίας, προσφέροντάς τους την ευκαιρία να εξασκήσουν και να βελτιώσουν τις ικανότητές τους μέσα σε ένα δημιουργικό πλαίσιο.

2.1.A.5 | ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ

Η συγκεκριμένη υποενότητα αναλύει τη διαδικασία συμπλήρωσης ταξιδιωτικών εγγράφων, ώστε να αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απαιτούνται για να οργανώνουν και να προετοιμάζουν ταξίδια με ασφάλεια και αποτελεσματικότητα. Αρχικά, παρουσιάζονται οι διαφορετικοί τύποι ταξιδιωτικών εγγράφων, όπως διαβατήρια, αεροπορικά εισιτήρια, κρατήσεις ξενοδοχείων και ασφαλιστήρια, και αναφέρεται η σημασία και η χρησιμότητα κάθε είδους εγγράφου κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού. Στη συνέχεια, ακολουθεί η εκπαίδευση στη συμπλήρωση ταξιδιωτικών εγγράφων και αναλύεται η σχετική αγγλική ορολογία, όπως Travel Documents (Ταξιδιωτικά Έγγραφα), Passport (Διαβατήριο), Airline Ticket (Αεροπορικό Εισιτήριο), Hotel Reservation (Κράτηση Ξενοδοχείου) και Travel Insurance (Ασφάλιση Ταξιδιού). Δίνονται οδηγίες στα αγγλικά και διεξάγονται ασκήσεις συμπλήρωσης εντύπων ασφαλιστικής κάλυψης, αεροπορικών εισιτηρίων και κρατήσεων σε ξενοδοχεία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη συμπλήρωση των εγγράφων αυτών υπό πίεση χρόνου, προσομοιώνοντας πραγματικές συνθήκες ερ-

γασίας. Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπένδυση επιδιώκει να εκπαιδεύσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στη συμπλήρωση ταξιδιωτικών εγγράφων, προετοιμάζοντάς τους/τις για την οργάνωση ταξιδιών και την ασφαλή εκτέλεση των καθηκόντων τους. Μέσω αυτής της υποεπένδυσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες που τους επιτρέπουν να διαχειρίζονται τα διάφορα έγγραφα που απαιτούνται κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, ενώ παράλληλα εκπαιδεύονται σε πρακτικές καταστάσεις πίεσης και προετοιμάζονται για τις πραγματικές συνθήκες που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν κατά την επαγγελματική τους σταδιοδρομία.

2.1.A.6 | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η χρήση της αγγλικής γλώσσας κατά τη διάρκεια ομαδικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων ενισχύει την εκμάθηση και την επικοινωνία μεταξύ των εκπαιδευομένων, καθώς και την αυτοπεποίθησή τους σχετικά με τη σωστή χρήση της γλώσσας. Οι ομαδικές συζητήσεις επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να εξασκηθούν στα αγγλικά σε πραγματικές συνθήκες, βελτιώνοντας έτσι την ευχέρειά τους στη γλώσσα. Τα παιχνίδια ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες υποδύονται διαφορετικούς χαρακτήρες, βοηθούν στη βελτίωση της κατανόησης και της έκφρασης, καθώς και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ακρόασης και απάντησης σε διάφορα γλωσσικά περιβάλλοντα. Εκτός από τις ομαδικές συζητήσεις και τα παιχνίδια ρόλων, διοργανώνονται διαδραστικές δραστηριότητες, όπως γλωσσικά παιχνίδια και η λύση γρίφων. Τα γλωσσικά παιχνίδια, όπως τα σταυρόλεξα, οι αναγραμματισμοί και τα παιχνίδια λέξεων, ενισχύουν το λεξιλόγιο και τη γραμματική. Η λύση γρίφων προάγει τη λογική σκέψη και την ομαδική εργασία, ενώ ταυτόχρονα επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να χρησιμοποιούν την αγγλική γλώσσα με δημιουργικό τρόπο. Προτείνεται η εργασία σε ομάδες για τη δημιουργία τουριστικών φυλλαδίων ή διαφημιστικών κειμένων στα social media, με σκοπό την ενίσχυση της δημιουργικότητας και της επικοινωνίας στα αγγλικά. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες ενθαρρύνουν τη συνεργασία και τη χρήση της γλώσσας σε πρακτικές εφαρμογές, βοηθώντας τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν πώς να δομούν και να παρουσιάζουν πληροφορίες με σαφή και ελκυστικό τρόπο. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, καλλιεργείται το ενδιαφέρον και ο ενθουσιασμός των εκπαιδευομένων για τη γλώσσα και τον πολιτισμό, ενώ παράλληλα βελτιώνονται οι γλωσσικές τους δεξιότητες και η ικανότητά τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά στα αγγλικά.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.
2. Mol, H. (2008). *English for tourism and hospitality in higher education studies: course book*. Reading: Garnet Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.
2. Marks, S. (2019). *Mastering grammar for B1: Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.1.B • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη βασική γαλλική ορολογία, καθώς η γαλλική αποτελεί μια από τις κύριες γλώσσες στον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέσα από την κατανόηση της γαλλικής γλώσσας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα έρθουν σε πρώτη επαφή με τη γαλλική τουριστική ορολογία του τομέα των τουριστικών γραφείων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν σε αρχικό επίπεδο τη γαλλική γλώσσα,
- Συντάσσουν γραπτό και προφορικό λόγο στη γαλλική,
- Διαχειρίζονται ζητήματα καθημερινής επικοινωνίας στα γαλλικά, ανταλλάσσοντας απλές πληροφορίες για θέματα σχετικά με την εξυπηρέτηση σε ένα τουριστικό γραφείο,
- Χρησιμοποιούν τον γαλλικό λόγο κατά τη διάρκεια συλλογικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων,
- Μετατρέπουν τη γαλλική ορολογία σε ελληνική και το αντίστροφο,
- Διατυπώνουν το νόημα ενός απλού και σύντομου μηνύματος στα γαλλικά,
- Συμπληρώνουν ταξιδιωτικά έντυπα στη γαλλική γλώσσα.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Activités d'apprentissage / Communication en français / Communication orale /
Conversation informelle / Documents de voyage / Localiser une information /
Communication écrite / Rédiger un message / Traduction de terminologie /
Terminologie du tourisme.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
2	ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ
3	ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ
4	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ
5	ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ
6	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Κείμενο αναφοράς

2.1.B.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Η πρώτη υποενότητα αποτελεί τη βάση για την απόκτηση των γλωσσικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την επαγγελματική ενασχόληση των εκπαιδευομένων στον τουριστικό τομέα. Κατά τη διάρκειά της, γίνεται εισαγωγή στη βασική γραμματική και στο λεξιλόγιο της γαλλικής γλώσσας, τα οποία είναι απαραίτητα για την παροχή βασικών πληροφοριών σε γαλλόφωνους/-ες τουρίστες/-τριες, όπως οδηγίες για πρόσβαση σε αξιοθέατα και ξενοδοχεία. Εστιάζεται η επικοινωνία και η αλληλεπίδραση με γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες, σε θέματα όπως η υποδοχή, η εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και η επίλυση αποριών στα γαλλικά, και δημιουργούνται βάσεις για τη σωστή επικοινωνία με γαλλόφωνο κοινό και την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας στον τουριστικό τομέα. Αναφέρονται βασικές φράσεις και εκφράσεις τουριστικής επικοινωνίας και γλωσσικές πράξεις όπως: “Saluer et Prendre Congé”, “Demander quelque chose”, “Demander un service” και “Remercier”. Αναλύονται συνθετότερες γλωσσικές πράξεις όπως: “Aller à l’hôtel”, “Indiquer/Demander une réservation”, “Aller au restaurant”, “Prendre une commande”, “Décrire la composition d’un plat”, “Se déplacer”, “Acheter un billet” και “Indiquer un moyen de déplacement”. Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη σε ζητήματα όπου εμπλέκεται η έννοια της διαπολιτισμικής επικοινωνίας με πελάτες/-ισσες που προέρχονται από ένα

διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο. Η εν λόγω μαθησιακή υποεπάρκεια συμβάλλει επίσης στην καλύτερη προετοιμασία για την ορολογία σχετικά με την έννοια της επικοινωνίας στον χώρο του τουρισμού, με έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις.

2.1.B.2 | ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ

Στην παρούσα υποεπάρκεια εστιάζεται ο ρόλος της προφορικής επικοινωνίας στη γαλλική γλώσσα, σε ποικίλες περιστάσεις. Αρχικά, καθώς η ανάπτυξη καλών πρακτικών για την αποτελεσματική επικοινωνία είναι καίριας σημασίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλλιεργούν δεξιότητες όπως η ευγένεια, η εμπιστοσύνη και η επαγγελματική συμπεριφορά. Οι γαλλόφωνοι/-ες πελάτες/-ισσες ανταποκρίνονται σε έναν ευγενικό και φιλικό τρόπο επικοινωνίας, οπότε είναι σημαντικό να καλλιεργηθούν αυτές οι πρακτικές στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες. Στη συνέχεια, εξετάζονται σενάρια επικοινωνίας με γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες. Αναλύονται τουριστικές υπηρεσίες όπως η κράτηση σε ξενοδοχείο, η εξυπηρέτηση σε εστιατόριο και η παροχή πληροφοριών για αξιοθέατα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασκούνται σε πρακτικές καταστάσεις και στο πώς να επικοινωνούν αποτελεσματικά με γαλλόφωνους/-ες τουρίστες/-τριες. Στο πλαίσιο αυτό, για να αποκτηθούν δεξιότητες προφορικής επικοινωνίας, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην προφορά, καθώς η ορθή προφορική εκφορά της γαλλικής γλώσσας είναι ουσιώδης, διότι βοηθά στην αποφυγή παρεξηγήσεων και ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών/-ισσών. Ο ρόλος της γαλλικής γλώσσας είναι αναμφίβολα σημαντικός, διότι, αν και πολλοί/-ές γαλλόφωνοι/-ες πελάτες/-ισσες μιλούν αγγλικά, η χρήση της μητρικής τους γλώσσας δημιουργεί μια ισχυρότερη σύνδεση και ενισχύει την εμπιστοσύνη. Συνολικά, η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπάρκεια έχει ως στόχο να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για την αποτελεσματική προφορική επικοινωνία με γαλλόφωνο κοινό και να συμβάλλει στην καλύτερη προετοιμασία για την ορολογία σχετικά με την έννοια της επικοινωνίας στον χώρο του τουρισμού, με έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις.

2.1.B.3 | ΓΡΑΠΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΓΑΛΛΟΦΩΝΟ ΚΟΙΝΟ

Η εν λόγω μαθησιακή υποεπάρκεια εστιάζεται στις βασικές δεξιότητες που απαιτούνται για τη γραπτή επικοινωνία και τη διατήρηση ικανοποιημένων γαλλόφωνων πελατών/-ισσών στον τομέα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας. Καλλιεργούνται δεξιότητες σαφούς και κατανοητής γραπτής επικοινωνίας και εστιάζεται η χρήση καλά δομημένων φράσεων με συνοχή και λογική σειρά ιδεών, ώστε οι πελάτες/-ισσες να μπορούν να κατανοήσουν εύκολα το μήνυμα χωρίς περιττές πολυπλοκότητες. Δίνεται έμφαση στην ορθογραφία και τη γραμματική, καθώς ακόμη και μικρά λάθη μπορούν να προκαλέσουν παρεξηγήσεις ή να προβάλλουν αρνητική εικόνα. Εστιάζεται η ευγενική έκφραση και η διάθεση εξυπηρέτησης στη γραπτή επικοινωνία, καθώς είναι στοιχεία που οι πελάτες/-ισσες εκτιμούν στην ανταπόκριση στις ερωτήσεις και τα αιτήματά τους. Επιπλέον, αναλύεται ο επαγγελματισμός και η αξιοπιστία που πρέπει

να αντανακλά η γραπτή επικοινωνία, καθώς οι πελάτες/-ισσες πρέπει να νιώθουν ότι μπορούν να εμπιστευτούν τις πληροφορίες που τους παρέχονται γραπτώς. Τέλος, καλλιεργούνται συγκεκριμένες δεξιότητες σύνταξης επαγγελματικών ηλεκτρονικών μηνυμάτων και περιληπτικής και επί του θέματος γραφής, στα γαλλικά, με περιγραφή των βημάτων που πρέπει να ακολουθούνται και του ανάλογου γλωσσικού ύφους που επιβάλλεται να χρησιμοποιείται (Formules de politesse, Registre de langue). Συνοψίζοντας, ο στόχος της εν λόγω μαθησιακής υποενότητας είναι η καλλιέργεια δεξιοτήτων γραπτής επικοινωνίας με γαλλόφωνο κοινό, εστιάζοντας στην ορθογραφία, στη γραμματική, στη σαφήνεια, στην ευγένεια, στον επαγγελματισμό και στην αξιοπιστία.

2.1.B.4 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΑ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα παρέχει πρακτικές ασκήσεις μετάφρασης τουριστικής ορολογίας, καθώς η ικανότητα αποτελεσματικής μετάφρασης τουριστικών υπηρεσιών και προσφορών στη γαλλική γλώσσα βελτιώνει την πρόσβαση και την κατανόηση από γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες. Κατά τη διάρκεια της υποενότητας, επιλέγονται αυθεντικά γαλλικά κείμενα τουριστικού περιεχομένου, μελετώνται λεπτομερώς και πραγματοποιείται η μετάφρασή τους στα ελληνικά ή ακολουθείται η αντίστροφη πορεία. Αξιοποιούνται οι μεταφραστικές δεξιότητες και η δημιουργικότητα των εκπαιδευόμενων και εστιάζεται η προσοχή στην τουριστική ορολογία του κειμένου-πηγής και στην κατά το δυνατόν πιστότερη απόδοσή της στη γλώσσα-στόχο. Προσφέρεται ποικιλία προσεγγίσεων για την εκμάθηση και την εξάσκηση στη μετάφραση τουριστικής ορολογίας, καθώς, με τη βοήθεια πρακτικών ασκήσεων και ομαδοσυνεργατικών εργασιών, ενισχύονται οι δεξιότητες και αναπτύσσεται η αυτοπεποίθηση των εκπαιδευόμενων στη χρήση της γλώσσας και στη μετάφραση ορολογίας, με στόχο την κατανόηση της δομής και της χρήσης της τουριστικής ορολογίας στα γαλλικά και στα ελληνικά. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η μέθοδος project. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να δημιουργήσουν ένα ελληνογαλλικό λεξικό τουριστικών όρων. Αξιολογούνται τόσο η κατάκτηση της ορθογραφίας και της συντακτικής δομής των προτάσεων που δημιουργούνται όσο και η πληρότητα και η ακρίβεια του ορολογικού λεξικού. Συνολικά, η εν λόγω υποενότητα στοχεύει στην ενδυνάμωση των πρακτικών δεξιοτήτων των εκπαιδευόμενων στον τομέα της ορολογίας, προσφέροντάς τους την ευκαιρία να εξασκήσουν και να βελτιώσουν τις ικανότητές τους μέσα σε ένα δημιουργικό πλαίσιο.

2.1.B.5 | ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΝΤΥΠΩΝ

Η παρούσα μαθησιακή υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τη διαδικασία συμπλήρωσης ταξιδιωτικών εγγράφων. Μέσω αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απαιτούνται για να οργανώνουν και να προετοιμάζουν ταξίδια με ασφάλεια και απο-

τελεσματικότητα. Γίνεται εισαγωγή στα διαφορετικά ταξιδιωτικά έγγραφα, όπως διαβατήρια, αεροπορικά εισιτήρια, κρατήσεις ξενοδοχείων και ασφαλιστήρια, και αναλύεται η σημασία και η χρησιμότητα κάθε είδους εγγράφου κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού. Ακολουθεί εκτενής αναφορά στη συμπλήρωση διαφόρων ταξιδιωτικών εγγράφων και στη σχετική γαλλική ορολογία, όπως Documents de voyage (Ταξιδιωτικά Έγγραφα), Passeport (Διαβατήριο), Billet d'avion (Αεροπορικό Εισιτήριο), Réservation d'hôtel (Κράτηση Ξενοδοχείου) και Assurance voyage (Ασφάλιση Ταξιδιού). Δίνονται οδηγίες στα γαλλικά και διεξάγονται ασκήσεις συμπλήρωσης εντύπων ασφαλιστικής κάλυψης, αεροπορικών εισιτηρίων και κρατήσεων σε ξενοδοχεία. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η προσομοίωση πραγματικών συνθηκών εργασίας σε τουριστικό γραφείο, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη συμπλήρωση εγγράφων υπό πίεση χρόνου. Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπενότητα επιδιώκει να εκπαιδεύσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στη συμπλήρωση ταξιδιωτικών εγγράφων, προετοιμάζοντάς τους για την οργάνωση ταξιδιών και την ασφαλή εκτέλεση των καθηκόντων τους. Μέσω αυτής της υποεπενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες που τους επιτρέπουν να διαχειρίζονται τα διάφορα έγγραφα που απαιτούνται για ένα ταξίδι, ενώ παράλληλα εκπαιδεύονται σε καταστάσεις πίεσης που προσομοιώνουν τις πραγματικές συνθήκες που μπορεί να αντιμετωπίσουν κατά την επαγγελματική τους σταδιοδρομία.

2.1.B.6 | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η χρήση του γαλλικού λόγου κατά τη διάρκεια συλλογικών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων ενισχύει την εκμάθηση και την επικοινωνία μεταξύ των εκπαιδευομένων, καθώς και την αυτοπεποίθησή τους αναφορικά με την ορθή χρήση της γαλλικής γλώσσας. Αρχικά, οργανώνονται ομαδικές συζητήσεις σε μικρές ομάδες σχετικά με θέματα που αφορούν τον τουρισμό, τα ταξίδια ή τον πολιτισμό των γαλλόφωνων χωρών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν τη γαλλική γλώσσα για την επικοινωνία τους και την ανταλλαγή απόψεων, ενώ η διάδραση διευκολύνεται μέσω παιχνιδιών ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες προσομοιώνουν καταστάσεις που συναντούν στον τουρισμό, όπως κρατήσεις ξενοδοχείων, επισκέψεις σε αξιοθέατα και αντιμετώπιση προβλημάτων, πάντα ενθαρρύνοντας την επικοινωνία στα γαλλικά. Στη συνέχεια, ο/η εκπαιδευτής/-τρια διοργανώνει διαγωνισμούς γνώσεων σχετικά με τα ταξίδια και τον τουρισμό στη γαλλική γλώσσα, μέσω ερωτήσεων που τίθενται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες, σε ομάδες ή ατομικά. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η μέθοδος project, όπου ζητείται από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να δημιουργήσουν χάρτες με διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα σε γαλλόφωνες χώρες, να τους παρουσιάσουν στην τάξη στη γαλλική γλώσσα και να δώσουν πληροφορίες σχετικά με αυτά. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενισχύουν την επικοινωνία τους στη γαλλική γλώσσα και εξασκούνται σε προσομοίωση πραγματικών καταστάσεων που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν κατά την εργασία τους σε τουριστικά γραφεία.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Corbeau, S., Dubois, C. & Penfornis, J.-L. (2004). *Tourisme.com: méthode de français professionnel du tourisme*. Paris: CLE International.
2. Dussac, E. (2017). *Bon voyage! Français du tourisme, collection Pro A1-A2*. Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Calmy, A. (2004). *Le français du tourisme*. Paris: Hachette.
2. Καμίτση, Ε. (Χ.Χ.). *Γαλλικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε από:
https://www.minedu.gov.gr/publications/docs2018/03_10_18_france.pdf
3. Καράμπαμπα, Ε. (2006). *Γαλλικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε από:
http://reader.ekt.gr/bookReader/show/index.php?lib=EDULLL&item=859&bitstream=859_01#page/1/mode/2up

2.1.Γ • ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν τον τουρισμό ως κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, την εξέλιξή του, αλλά και τις βασικές αρχές που διέπουν τη λειτουργία του. Να γνωρίσουν τη δομή της τουριστικής βιομηχανίας, τους φορείς που την υπηρετούν, την τυπολογία του τουρισμού και τις ειδικές μορφές του, καθώς και τις τεχνικές διαχείρισής του. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η συνολική θεωρία του τουρισμού, καθώς και οι ιδιαιτερότητες του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν την ιστορική εξέλιξη του τουρισμού,
- Ταξινομούν τους βασικούς τομείς της τουριστικής βιομηχανίας και τους τρόπους με τους οποίους αλληλοεπηρεάζονται,
- Διακρίνουν τους τουριστικούς φορείς και τις δράσεις τους,
- Παραθέτουν παραδείγματα διαφορετικών μορφών τουρισμού,
- Αναλύουν όρους και κώδικες της τουριστικής βιομηχανίας,

- Αναλύουν βασικές έννοιες του τουρισμού, όπως, για παράδειγμα, τη διαμονή, την προσβασιμότητα, τις δραστηριότητες και την ελκυστικότητα,
- Αναγνωρίζουν εκείνα τα επαγγελματικά προσόντα και δεξιότητες που είναι απαραίτητα για το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων,
- Κατανοούν την πραγματικότητα σε ό,τι αφορά τα επαγγέλματα της τουριστικής βιομηχανίας,
- Υιοθετούν τις βασικές αρχές διαχείρισης του τουριστικού φαινομένου,
- Διακρίνουν τα επιθυμητά χαρακτηριστικά και τις δεξιότητες που είναι απαραίτητα για έναν/μία επαγγελματία υπάλληλο στον τομέα του τουρισμού.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουρισμός / Τουρίστας / Ταξιδιώτης / Επισκέπτης / Τουριστικοί πόροι-θέλγητρα / Ταξιδιωτική βιομηχανία / Tour operator / Τουριστικό γραφείο / Φορείς τουρισμού / Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ
2	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
3	Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
4	ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
5	ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6	ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Γ.1 | ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Αναφέρονται οι βασικότεροι παράγοντες που επηρέασαν διαχρονικά την εξέλιξή του. Αναλύονται τα κίνητρα των ταξιδιωτών της αρχαίας Ελλάδας και ενθαρρύνονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να τα συγκρίνουν με αυτά της σύγχρονης εποχής. Στη συνέχεια, καταγράφονται ποιες από τις δραστηριότητες της αρχαίας Ελλάδας συνδέονται με μορφές τουρισμού που κυριαρχούν στη βιβλιογραφία. Για παράδειγμα, διευκρινίζεται ότι τα ταξίδια που πραγματοποιούνταν για την έκφραση του θρησκευτικού αισθήματος και οι λατρευτικές εκδηλώσεις προς τιμήν των θεών ήταν η βάση ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού. Επίσης, παρου-

σιάζεται ο ρόλος που διαδραμάτισαν οι ιστοριογράφοι και οι περιηγητές του ελληνικού χώρου, όπως ο Ηρόδοτος, ο Στράβων και ο Πausanias, στην εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Ακολούθως, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την ορολογία των καταλυμάτων της εποχής, τα πανδοχεία, τους ξενώνες και τα χάνια, αλλά και τα αντίστοιχα εστιατόρια της εποχής, τα επονομαζόμενα καπηλεία ή καπηλειά. Επίσης, ερμηνεύεται ο ρόλος της φιλοξενίας στην αρχαία Ελλάδα και παρακινούνται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να παρατηρήσουν τη μετεξέλιξή της στη σύγχρονη εποχή. Για την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και των στάσεων σχετικά με τη φιλοξενία, συνιστάται η μετασχηματίζουσα μάθηση μέσω της τέχνης. Επιλέγονται έργα όπως «Η φιλοξενία του Φιλήμονα και της Βαυκίδος» του David Ryckaert. Ακολούθως, προσδιορίζονται οι εξελίξεις του ταξιδιού στη Ρωμαϊκή εποχή, τον Μεσαίωνα, την Αναγέννηση και τον 19ο αιώνα, με έμφαση στο Grand Tour ως κύρια μορφή τουρισμού τον 17ο-19ο αιώνα. Τέλος, η συγκεκριμένη υποενότητα ολοκληρώνεται με αναφορά στα σημαντικότερα γεγονότα-παράγοντες που επηρέασαν την εξέλιξη του τουρισμού τον 20ό αιώνα.

2.1.Γ.2 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σκοπός της παρούσας μαθησιακής υποενότητας είναι η εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τις βασικές έννοιες του τουρισμού και η προετοιμασία τους για την περαιτέρω εμβάθυνση στη θεματολογία που ακολουθεί. Αρχικά, αναλύονται οι διαφορετικοί ορισμοί του τουρισμού που συναντώνται διαχρονικά στη βιβλιογραφία και παροτρύνονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εντοπίσουν τις διαφορές ή τα κοινά χαρακτηριστικά αυτών. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται η τυποποίηση και ταξινόμηση του τουρισμού σε κατηγορίες ανάλογα με το χρησιμοποιούμενο κριτήριο, π.χ. τη χωρική διάσταση (εσωτερικός-εξωτερικός), διάρκεια (συνεχής-εποχικός), αριθμό των περιηγητών (ατομικός-ομαδικός). Ακολούθως, περιγράφονται οι θεμελιώδεις παράμετροι του τουρισμού βάσει του σκοπού του ταξιδιού, του χρόνου παραμονής, του τρόπου μετακίνησης και της ψυχαγωγίας και όλων των χαρακτηριστικών τα οποία διαφοροποιούν την όποια πρόσκαιρη μετακίνηση από τον τουρισμό. Επιπλέον, αποσαφηνίζεται η διαφορά ανάμεσα στον/στην τουρίστα/-τρια και στον/στην εκδρομέα σε επίπεδο οικονομικό, κοινωνικό και ανθρωπολογικό και τονίζεται η σπουδαιότητα της διάκρισης αυτής για τη μελέτη της τουριστικής κατανάλωσης. Επιπρόσθετα, ερμηνεύονται οι βασικές έννοιες της τουριστικής διαμονής βάσει κατηγοριοποίησης των καταλυμάτων, των παροχών και της τοποθεσίας που βρίσκονται, του σκοπού που εξυπηρετούν, της πελατείας που υποδέχονται και του κόστους τους. Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη μελέτη των εννοιών της προσβασιμότητας, των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, της ελκυστικότητας και των θελγέτρων-τουριστικών πόρων, καθώς αποτελούν σημαντικούς παράγοντες προσέλκυσης τουριστών και τον πυρήνα του τουριστικού προϊόντος. Στο πλαίσιο εμβάθυνσης και πληρέστερης κατανόησης της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας, προτείνεται να εμπλακούν όλοι/-ες οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, να εντοπίσουν και να

καταγράψουν τα σπουδαιότερα θέλγητρα ενός προορισμού στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, και να τα κατηγοριοποιήσουν σε κατασκευασμένα και φυσικά θέλγητρα.

2.1.Γ.3 | Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Στην υποενότητα αυτή εξετάζεται η εξελικτική πορεία της παραγωγής και διάθεσης ταξιδιών από τη «βιοτεχνία» (τουριστικό γραφείο) έως τη «βιομηχανία» (tour operator). Αρχικά, προσδιορίζονται με σαφήνεια οι διαφορές και οριοθετούνται οι λειτουργίες και ο ρόλος των τουριστικών γραφείων και των tour operators, έτσι ώστε να αρθούν τυχόν ασάφειες στη διάκριση αυτών των δύο μορφών επιχειρήσεων. Στη συνέχεια, περιγράφονται τα βασικά χαρακτηριστικά της παραγωγής των τουριστικών γραφείων και εκείνα των tour operators. Ακολούθως, προσδιορίζεται η έννοια και το περιεχόμενο του «οργανωμένου ταξιδιού», επεξηγούνται οι στρατηγικές που εφαρμόζουν οι tour operators και αναλύονται οι παράγοντες που διαμορφώνουν το περιβάλλον της σύγχρονης οργάνωσης των επιχειρήσεων. Παράλληλα, επισημαίνεται η αδυναμία των τουριστικών γραφείων να ανταποκριθούν στη μεταπολεμική αύξηση της ζήτησης τουριστικών ταξιδιών και ερμηνεύεται η αναγκαιότητα που επέβαλε την εκβιομηχάνιση και την τυποποίηση του τουριστικού ταξιδιού από τους tour operators. Τέλος, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, καλούνται να συγκρίνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν αυτοί οι δύο τύποι επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία-tour operators), προκειμένου να αντιληφθούν τη διαδικασία μετεξέλιξης της παραγωγής και διάθεσης του ταξιδιού. Με την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να εξελιχθούν ως επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού και να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες στο οργανωτικό πλαίσιο της τουριστικής βιομηχανίας.

2.1.Γ.4 | ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

Η υποενότητα αυτή έχει ως στόχο την ανάλυση της λειτουργίας των φορέων, οι οποίοι σχετίζονται με την οργάνωση και διαχείριση του τουρισμού. Αρχικά, αποσαφηνίζεται το εννοιολογικό περιεχόμενο των όρων «Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού» και «Εθνικοί Οργανισμοί Τουρισμού» και η σχέση αυτών με τη γενικότερη λειτουργία του τουριστικού φαινομένου. Στη συνέχεια, περιγράφεται η ιστορική πορεία συγκρότησης και λειτουργίας των φορέων αυτών, καθώς και οι ανάγκες που οδήγησαν στην ανάπτυξή τους. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην οργάνωσή τους και ειδικότερα στους τύπους λειτουργιών των φορέων αυτών, με βάση τη διάκριση του χώρου όπου δραστηριοποιούνται (παγκόσμιο-εθνικό-περιφερειακό-τοπικό επίπεδο). Ακολούθως, αναλύονται οι σκοποί, οι αρμοδιότητες, η δομή και ο ρόλος ελληνικών φορέων-οργανισμών (κυβερνητικών ή μη), όπως το Υπουργείο Τουρισμού, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενο-

δόχων (ΠΟΞ), ο Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ), ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων-HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers). Κατόπιν, αναλύονται οι σκοποί, οι αρμοδιότητες, η δομή και ο ρόλος διεθνών και ευρωπαϊκών τουριστικών φορέων-οργανισμών (κυβερνητικών ή μη), οι οποίοι σχετίζονται με τα γραφεία ταξιδιών, τους tour operators, τα ξενοδοχεία, τις μεταφορές, τα συνέδρια. Τέλος, περιγράφονται τα χαρακτηριστικά των διακυβερνητικών αμιγών τουριστικών φορέων-οργανισμών και παρουσιάζονται οι σκοποί, οι αρμοδιότητες, η δομή και ο ρόλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (World Tourism Organization-UNWTO).

2.1.Γ.5 | ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το περιεχόμενο της παρούσας μαθησιακής υποενότητας εστιάζεται στο ζήτημα των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και των νέων τάσεων στον χώρο του τουρισμού και της φιλοξενίας. Στόχος είναι να αναλυθούν οι θεωρητικές βάσεις κάθε έννοιας, να εξεταστούν οι διαφορετικές ερμηνείες και προσεγγίσεις που αυτές έχουν δεχτεί κατά την ιστορική τους εξέλιξη και να οριοθετηθεί η χρήση κάθε έννοιας και η μεταξύ τους σχέση. Ειδικότερα, διευκρινίζεται ότι, εννοιολογικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν τμήμα των λεγόμενων ειδικών μορφών τουρισμού, που προσδιορίζονται από τα επιμέρους ειδικά κίνητρα και είναι συνυφασμένες με υπηρεσίες και αγαθά φιλικά προς το περιβάλλον. Στη συνέχεια, αποσαφηνίζονται έννοιες όπως ήπιος τουρισμός, υπεύθυνος τουρισμός, ενσωματωμένος τουρισμός, τουρισμός με σύνεση, φέρουσα ικανότητα, αειφόρος τουρισμός, μαζικός τουρισμός, υπερτουρισμός. Ακολούθως, περιγράφονται τα βασικά χαρακτηριστικά που διέπουν τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και οι λόγοι που οδήγησαν στην εμφάνισή τους. Τέλος, επισημαίνεται ο καθοριστικός ρόλος που καλούνται να διαδραματίσουν για το μέλλον του ελληνικού τουρισμού μορφές όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο αστικός τουρισμός (city breaks), ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, ο επαγγελματικός τουρισμός (MICE-Meetings, Incentives, Congresses, Events), ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας κ.ά. Στο πλαίσιο αυτό, μέσω καταγιγισμού ιδεών, ψηφιακών εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων και παρουσίασης ομαδικών εργασιών για τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επιτυγχάνεται η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων.

2.1.Γ.6 | ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να διδάξει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες ποιες είναι οι απαραίτητες κοινωνικές, διοικητικές, τεχνικές, οργανωσιακές και ψηφιακές δεξιότητες που πρέπει να διαθέτει το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων, προκειμένου να προσαρμοστεί στις νέες τάσεις που επικρατούν στον χώρο του τουρισμού και της φιλοξενίας. Αρχικά, απαριθμούνται τα διάφορα επαγγέλματα/

ειδικότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό και εκτιμάται η σπουδαιότητα κάθε ειδικότητας για την ενίσχυση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος. Στη συνέχεια, συσχετίζονται τα επαγγέλματα/ειδικότητες με το αντίστοιχο πλέγμα γνώσεων και δεξιοτήτων που είναι απαραίτητο να διαθέτει ο/η σύγχρονος/-η επαγγελματίας κάθε ειδικότητας. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι, λόγω της φύσης της αναπτυσσόμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο/η σύγχρονος/-η επαγγελματίας στον χώρο του τουρισμού πρέπει να διαθέτει ένα νέο ευρύ φάσμα δεξιοτήτων και ικανοτήτων, προκειμένου να αντιμετωπίσει τις αλλαγές και προκλήσεις που απαιτεί η αγορά εργασίας. Για τον λόγο αυτό, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα υπογραμμίζεται η σπουδαιότητα καλλιέργειας δεξιοτήτων (soft skills) όπως, π.χ., ο σεβασμός στις ομαδικές αρχές εργασίας, οι επικοινωνιακές ικανότητες, η ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, η υπευθυνότητα, η ευγένεια και η φιλική συμπεριφορά, το εργασιακό ήθος, η διαχείριση παραπόνων και συγκρούσεων, η ικανότητα διαχείρισης του στρες, η ικανότητα ιεράρχησης εργασιών και οργάνωσης του χρόνου, η ενσυναίσθηση, η συμπερίληψη, ο σεβασμός στην πολυπολιτισμικότητα κ.ά. Τέλος, στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αξιοποιηθεί ο διδακτικός χρόνος και να δοθεί η δυνατότητα στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες, εργαζόμενους/-ες σε ομάδες, να εντοπίσουν τις διαφορές μεταξύ του/της παραδοσιακού/-ής και του/της σύγχρονου/-ης επαγγελματία της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις του/της σύγχρονου/-ης τουρίστα/-τριας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μοίρα, Π. (2022). *Τουρισμός, ιστορία, εξέλιξη, προοπτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2020). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Συμπληρωματικές

1. Τσάρτας, Π. & Λύτρας, Π. (επιμ.). (2017). *Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη - συμβολές Ελλήνων επιστημόνων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
2. ΙΝΣΕΤΕ. (2023). *Οι ανάγκες επαγγελματικής κατάρτισης (reskilling/upskilling) του ανθρώπινου δυναμικού στον τουρισμό*. Αθήνα: Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). Ανακτήθηκε από: https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/04/23_03-Tourism_Training_Upskilling-Reskilling.pdf

2.1.Δ • ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με τους βασικούς τομείς της διοίκησης επιχειρήσεων, αλλά και με τις βασικές αρχές οι οποίες τη διέπουν. Παρουσιάζονται τα στάδια του μάνατζμεντ, όπως ο σχεδιασμός, η οργάνωση, ο συντονισμός, η διεύθυνση και η αξιολόγηση. Αναλύονται βασικά εργαλεία, όπως το οργανόγραμμα, και παρουσιάζονται οι έννοιες της ηγεσίας και της στρατηγικής, οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων, καθώς και τα χαρακτηριστικά του/της επιτυχημένου/-ης μάνατζερ. Επιπρόσθετα, αναλύονται οι τομείς της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού, του μάρκετινγκ, της λογιστικής και της διοίκησης πωλήσεων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν το οργανωτικό και διοικητικό πλαίσιο των επιχειρήσεων,
- Ερμηνεύουν το οργανόγραμμα μιας επιχείρησης και τις σχέσεις μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης αυτής,
- Εφαρμόζουν τις τεχνικές σύνταξης οργανογράμματος,
- Συσχετίζουν τον τρόπο αλληλεξάρτησης των διαφορετικών τμημάτων μιας επιχείρησης,
- Εξηγούν την έννοια της ηγεσίας στο πλαίσιο της διοίκησης επιχειρήσεων,
- Παρουσιάζουν τη σημασία της στρατηγικής και της μακροπρόθεσμης προσέγγισης στη διοίκηση επιχειρήσεων,
- Αναπτύσσουν επιχειρηματικό πλάνο βάσει των κανόνων του σχεδιασμού και της οργάνωσης στη διοίκηση επιχειρήσεων,
- Κρίνουν την πορεία μιας επιχείρησης με βάση τη διαδικασία αξιολόγησης στο πλαίσιο της διοίκησης επιχειρήσεων,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία του συντονισμού ως βασική αρμοδιότητα του/της προϊσταμένου/-ης (manager) και ως παράγοντα επιτυχίας μιας επιχείρησης,
- Διαχειρίζονται δεδομένα και πληροφορίες βάσει των ορθών διαδικασιών λήψης αποφάσεων,
- Αποδέχονται τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύπτουν από τις ιδιαιτερότητες της κάθε επιχείρησης κατά τη διαδικασία διοίκησής της,
- Απορρίπτουν οποιαδήποτε μορφή διάκρισης μεταξύ υπαλλήλων ή πελατών/-ισών κατά τη διάρκεια της άσκησης των καθηκόντων τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επιχείρηση / Μάνατζμεντ / Προγραμματισμός / Λήψη αποφάσεων / Οργάνωση / Διεύθυνση / Ηγεσία / Έλεγχος / Παρακίνηση / Αποδοτικότητα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (3), Εργαστήριο (0), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
2	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MANATZMENT)
3	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ
4	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ
5	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ
6	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ
7	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (MANATZMENT)

Κείμενο αναφοράς

2.1.Δ.1 | Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες που σχετίζονται με τη δομή και τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Διατυπώνεται η έννοια της επιχείρησης, παρουσιάζονται οι διάφορες μορφές επιχειρήσεων και εξηγούνται οι βασικές λειτουργίες που εκτελεί μια επιχείρηση, όπως η παραγωγική, η εμπορική και η οικονομική. Επιπλέον, προσδιορίζεται συνοπτικά η κοινωνική διάσταση της επιχείρησης και η κοινωνική της ευθύνη. Οι γνώσεις αυτές είναι ουσιαστικές για την άσκηση της ειδικότητας, καθώς η κατανόηση της δομής και λειτουργίας μιας επιχείρησης αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, τον προγραμματισμό και την αποτελεσματική διαχείριση των διαθέσιμων και απαιτούμενων πόρων. Επιπρόσθετα, οι γνώσεις αυτές οδηγούν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων για την εποικοδομητικότερη επικοινωνία και συνεργασία μέσα σε μια επιχείρηση, καθώς και για την αποτελεσματικότερη διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Στους/Στις εκπαιδευόμενους/-ες προτείνεται να εστιαστεί η προσοχή κυρίως στην κατανόηση των διαφόρων μορφών επιχειρήσεων και στον τρόπο με τον οποίο αυτές επηρεάζουν τις λειτουργίες και τη στρατηγική της επιχείρησης. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη διάκριση και τη διασύνδεση μεταξύ των βασικών λειτουργιών της επιχείρησης και στη σημασία τους, όπως επίσης και στην κοινωνική διάσταση της επιχείρησης και τη σημασία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για την καλύτερη κατανόηση της υποενότητας από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, προτείνεται η ανάλυση μελετών περίπτωσης πραγματικών επιχειρήσεων και η συζήτηση πάνω σε αυτές. Επίσης, προτείνεται η συμμετοχή σε ομαδικές εργασίες, κατά τις οποίες θα αναλύσουν και θα παρουσιάσουν διαφορετικές μορφές επιχειρήσεων και τις λειτουργίες τους. Η υποενότητα αποτελεί αφηρητή εκμάθηση των θεμάτων της διοίκησης επιχειρήσεων στις επόμενες ενότητες.

2.1.Δ.2 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MANATZMENT)

Η υποεπενότητα αποτελεί μια εισαγωγή στις θεμελιώδεις αρχές και λειτουργίες του μάνατζμεντ. Διατυπώνεται ο ορισμός, παρουσιάζεται μια συνοπτική ιστορική αναδρομή και αναφέρονται οι σύγχρονες θεωρίες του μάνατζμεντ. Επιπρόσθετα, περιγράφονται οι βασικές λειτουργίες του μάνατζμεντ, όπως ο προγραμματισμός, η οργάνωση, η διεύθυνση και ο έλεγχος, καθώς και οι κατηγορίες και οι ρόλοι των μάνατζερ και οι διοικητικές τους ικανότητες. Οι γνώσεις αυτές παρέχουν το βασικό θεωρητικό υπόβαθρο για την αποτελεσματική διαχείριση μιας επιχείρησης, εξοικειώνοντας σφαιρικά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις βασικές λειτουργίες του μάνατζμεντ, οι οποίες είναι απαραίτητες για τη στρατηγική διοίκηση και τη λήψη αποφάσεων. Στους/Στις εκπαιδευόμενους/-ες προτείνεται να εστιάστεί η προσοχή κυρίως στην αφομοίωση των βασικών λειτουργιών του μάνατζμεντ και στον τρόπο με τον οποίο αυτές συνδέονται με την επιτυχία της επιχείρησης. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στις διαφορές μεταξύ των θεωριών του μάνατζμεντ και στον τρόπο με τον οποίο αυτές μπορούν να εφαρμοστούν στην πράξη. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη σημασία του στρατηγικού προγραμματισμού και της λήψης αποφάσεων, όπως επίσης και στους ρόλους και τις ικανότητες των μάνατζερ. Για την καλύτερη κατανόηση της υποεπενότητας από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, προτείνεται η ανάλυση μελετών περίπτωσης, όπου εφαρμόζονται οι βασικές λειτουργίες του μάνατζμεντ σε πραγματικές επιχειρήσεις. Επίσης, προτείνεται η μελέτη πραγματικών παραδειγμάτων επιτυχημένων μάνατζερ και η ανάλυση των χαρακτηριστικών που συνέβαλαν στην επιτυχία τους. Αυτή η υποεπενότητα αποτελεί τον θεμέλιο λίθο για την κατανόηση πιο εξειδικευμένων θεμάτων μάνατζμεντ που ακολουθούν στις επόμενες ενότητες.

2.1.Δ.3 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Στην υποεπενότητα παρουσιάζεται η έννοια και η σημασία του προγραμματισμού στις επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να αναλύουν την υφιστάμενη κατάσταση της επιχείρησης, να διατυπώνουν την αποστολή και το όραμα μιας επιχείρησης, να καθορίζουν στόχους και να αναπτύσσουν σχέδια δράσης για την επίτευξή τους. Παράλληλα, διευκρινίζεται η διαφορά μεταξύ στρατηγικού και λειτουργικού προγραμματισμού και εξηγείται η διαδικασία λήψης αποφάσεων. Οι γνώσεις που παρέχονται επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύσσουν τις αναγκαίες δεξιότητες για την αποτελεσματική διαχείριση πόρων, τη βελτιστοποίηση των λειτουργιών και τη βελτίωση της απόδοσης μιας επιχείρησης, καθώς ο προγραμματισμός αποτελεί τη βάση για τη στρατηγική διοίκηση και τη λήψη αποφάσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιάσουν κυρίως στη σημασία του στρατηγικού και λειτουργικού προγραμματισμού και στην κατανόηση της μεταξύ τους διαφοράς. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και στον τρόπο με τον οποίο αυτή επηρεάζει τον προγραμματισμό και την επιτυχία της επιχείρησης, όπως επίσης και στην κατανόηση της διαμόρφωσης ενός ρεαλιστικού και

εφικτού στρατηγικού σχεδίου που λαμβάνει υπόψη το όραμα και την αποστολή της επιχείρησης. Για την καλύτερη κατανόηση της υποεπενότητας, προτείνεται η ανάλυση μελετών περίπτωσης στρατηγικών σχεδίων πραγματικών επιχειρήσεων. Επίσης, συνιστάται η εκπόνηση ομαδικών εργασιών με θέμα τη δημιουργία και παρουσίαση ενός στρατηγικού και λειτουργικού σχεδίου, όπως επίσης και η συμμετοχή σε προσομοιώσεις, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα αναλάβουν τον ρόλο του μάνατζερ και θα κληθούν να αναπτύξουν στρατηγικά σχέδια και να λάβουν αποφάσεις βάσει αυτών. Η υποεπενότητα αυτή είναι σημαντική για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο σχεδιάζονται και υλοποιούνται στρατηγικές από τις επιχειρήσεις.

2.1.Δ.4 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Στην υποεπενότητα αναπτύσσεται η έννοια της οργάνωσης στο πλαίσιο της διοίκησης επιχειρήσεων. Παρουσιάζονται οι βασικές αρχές της οργάνωσης και ο τρόπος με τον οποίο εφαρμόζονται για την αποτελεσματική λειτουργία μιας επιχείρησης, όπως επίσης και οι έννοιες της συγκέντρωσης και αποκέντρωσης της εξουσίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να σχεδιάζουν και να αναλύουν οργανογράμματα, να κατανοούν τη σημασία της συγκέντρωσης και της αποκέντρωσης και να εφαρμόζουν τις αρχές αυτές στην πράξη. Επίσης, αναπτύσσουν δεξιότητες στη δημιουργία και τη διαχείριση οργανωτικών δομών, οι οποίες είναι ουσιώδεις για τη βελτιστοποίηση των διαδικασιών και την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιάσουν κυρίως στην εμπέδωση των βασικών αρχών της οργάνωσης και στον τρόπο με τον οποίο αυτές επηρεάζουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη διαφορά μεταξύ συγκέντρωσης και αποκέντρωσης της εξουσίας και στον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν την αποδοτικότητα και την ευελιξία μιας επιχείρησης. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη δημιουργία και ανάλυση οργανογραμμάτων που αντικατοπτρίζουν την οργανωτική δομή μιας επιχείρησης. Για την καλύτερη κατανόηση της υποεπενότητας από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, προτείνεται η ανάλυση μελετών περίπτωσης πραγματικών επιχειρήσεων και η συμμετοχή σε ομαδικές εργασίες, όπου θα σχεδιάσουν και θα παρουσιάσουν διαφορετικές οργανωτικές δομές, ερμηνεύοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα εκάστης. Επίσης, συνιστάται η εκτέλεση ασκήσεων με αντικείμενο τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη συγκέντρωση και την αποκέντρωση εξουσίας σε διάφορα επιχειρησιακά σενάρια. Η υποεπενότητα παρέχει τις βάσεις για την κατανόηση και την εφαρμογή των αρχών οργάνωσης, οι οποίες είναι απαραίτητες για την επιτυχή διοίκηση και ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

2.1.Δ.5 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ

Η υποεπενότητα αναλύει τις βασικές έννοιες της διεύθυνσης και της ηγεσίας εντός μιας επιχείρησης. Παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο η ηγεσία και η παρακίνηση επηρεάζουν την απόδοση των εργαζομένων και την επιτυχία της επιχείρησης. Επίσης, εξετά-

ζονται οι διάφορες θεωρίες και στυλ ηγεσίας, η τέχνη της επικοινωνίας και η δημιουργία και δυναμική των ομάδων. Οι γνώσεις που παρέχονται σχετικά με την εφαρμογή αποτελεσματικών στρατηγικών ηγεσίας στις επιχειρήσεις επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύσσουν κατάλληλες δεξιότητες για να εφαρμόζουν τεχνικές παρακίνησης εργαζομένων, να ενισχύουν την επικοινωνία, να δημιουργούν αποδοτικές ομάδες, να αναγνωρίζουν και να εφαρμόζουν τα κατάλληλα στυλ ηγεσίας ανάλογα με τις καταστάσεις και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά το ανθρώπινο δυναμικό. Η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η διεύθυνση και η ηγεσία επηρεάζουν την επιτυχία μιας επιχείρησης προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να ηγούνται και να διαχειρίζονται ομάδες αποτελεσματικά. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν κυρίως στην κατανόηση των διαφόρων θεωριών και στυλ ηγεσίας και στη σημασία και την επίδραση της παρακίνησης στην απόδοση των εργαζομένων. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη αποτελεσματικών επικοινωνιακών δεξιοτήτων και στην επίδρασή τους στην ομαδική εργασία. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη δυναμική των ομάδων και στη δημιουργία και διαχείριση αποδοτικών ομάδων. Για την καλύτερη κατανόηση της υποεπενότητας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε παιχνίδια ρόλων που σχετίζονται με σενάρια ηγεσίας και διαχείρισης ομάδων. Επίσης, συνιστάται η εκπόνηση ομαδικών εργασιών με θέμα την ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικών ηγεσίας, όπως επίσης και η ανάλυση μελετών περίπτωσης πραγματικών επιχειρήσεων και η συζήτηση για τα διαφορετικά στυλ ηγεσίας που εφαρμόζονται.

2.1.Δ.6 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ

Η υποεπενότητα αναπτύσσει την έννοια και τη σημασία του ελέγχου στη διοίκηση επιχειρήσεων. Παρουσιάζονται οι αρχές σχεδιασμού ενός αποτελεσματικού συστήματος ελέγχου, η διαδικασία, τα επίπεδα, οι τύποι, καθώς και οι στρατηγικές και μέθοδοι επίτευξης αποτελεσματικού ελέγχου. Επίσης, εξετάζονται οι αιτίες και μορφές αντίδρασης στον έλεγχο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν συστήματα ελέγχου που διασφαλίζουν την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, να εντοπίζουν αποκλίσεις και να λαμβάνουν διορθωτικά μέτρα, αποκτώντας δεξιότητες που τους επιτρέπουν να εφαρμόζουν διαδικασίες ελέγχου στην καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης. Οι δεξιότητες αυτές θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές για τη διασφάλιση της επιτυχίας και της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν κυρίως στην κατανόηση των βασικών αρχών και της διαδικασίας του ελέγχου, στη διαφοροποίηση των επιπέδων ελέγχου και στην επιλογή των κατάλληλων τύπων ελέγχου ανάλογα με την περίπτωση. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στις μεθόδους ελέγχου που μπορούν να εφαρμοστούν για την αποδοτικότερη λειτουργία της επιχείρησης, όπως επίσης και στις αιτίες και τις μορφές αντίδρασης στον έλεγχο, προκειμένου να διαχειρίζονται καλύτερα τις αντιδράσεις αυτές. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στον σχεδιασμό ενός αποτε-

λεσματικού συστήματος ελέγχου, με έμφαση στην πρόληψη και αντιμετώπιση αποκλίσεων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας, ενδείκνυται η μελέτη πραγματικών περιπτώσεων ελέγχου σε επιχειρήσεις και η ανάλυση των διαδικασιών και των αποτελεσμάτων τους. Επίσης, συνιστάται η εκπόνηση εργασιών που περιλαμβάνουν τον σχεδιασμό και την εφαρμογή συστημάτων ελέγχου σε υποθετικά ή πραγματικά επιχειρησιακά σενάρια, όπως επίσης και η συμμετοχή σε πρακτικές ασκήσεις που ενισχύουν τις δεξιότητες ελέγχου μέσω προσομοιώσεων και παιχνιδιών ρόλων.

2.1.Δ.7 | ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (MANATZMENT)

Η τελευταία υποενότητα παρουσιάζει ειδικά θέματα, σύγχρονες τάσεις και καινοτομίες στον τομέα του μάνατζμεντ. Αναλύονται έννοιες όπως η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management-TQM) και το μοντέλο SERVQUAL, ο Επανασχεδιασμός Επιχειρηματικών Διαδικασιών (Business Process Reengineering-BPR), η έννοια του Οργανισμού που Μαθαίνει (Learning Organization) και η χρήση νέων τεχνολογιών στον τομέα του μάνατζμεντ. Οι γνώσεις που παρέχονται επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύσσουν δεξιότητες που θα βελτιώνουν την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης στην οποία εργάζονται, να προωθούν την καινοτομία και τη συνεχή βελτίωση, να προσαρμόζονται ευέλικτα στις αλλαγές της αγοράς και να αναγνωρίζουν και να ενσωματώνουν νέες τεχνολογίες και πρακτικές που θα ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν κυρίως στην κατανόηση των αρχών της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας και στη συνεισφορά της στη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη διαδικασία του Επανασχεδιασμού Επιχειρηματικών Διαδικασιών και στη συμβολή της στην αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην έννοια του Οργανισμού που Μαθαίνει και στον τρόπο με τον οποίο η προαγωγή μιας κουλτούρας συνεχούς μάθησης βελτιώνει την προσαρμοστικότητα και την καινοτομία της επιχείρησης. Για την καλύτερη κατανόηση της υποενότητας, ενδείκνυται η ανάλυση μελετών περίπτωσης επιχειρήσεων που έχουν εφαρμόσει επιτυχώς τις σύγχρονες τάσεις του μάνατζμεντ, όπως επίσης και η ερμηνεία παραδειγμάτων εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων και πρακτικών σε υποθετικά ή πραγματικά επιχειρησιακά σενάρια. Συνιστάται, επίσης, η χρήση λογισμικών και εργαλείων που υποστηρίζουν τις σύγχρονες τάσεις του μάνατζμεντ.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μπουραντάς, Δ. (2015). *Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ευγενίας Μπένου
2. Χυτήρης, Λ. (2021). *Διοίκηση επιχειρήσεων (μάνατζμεντ)*. Αθήνα: Εκδόσεις Ευγενίας Μπένου.

Συμπληρωματικές

1. Βαξεβανίδου, Μ. & Ρεκλείτης, Π. (2012). *Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». Ανακτήθηκε από:
<http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3795>
2. Χυτήρης, Λ. & Άννινος, Λ. (2015). *Διοίκηση και ποιότητα υπηρεσιών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από:
<http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-537>

2.1.E • ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με τους βασικούς τομείς της οργάνωσης και λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου. Η ενότητα αυτή πραγματεύεται το τουριστικό πρακτορείο ως επιχείρηση και εξηγεί τον ρόλο και τη θέση του στο δίκτυο διανομής του τουριστικού προϊόντος. Παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των τουριστικών γραφείων-πρακτορείων, όπως και οι υπηρεσίες που αυτά προσφέρουν στο σύγχρονο περιβάλλον του τουρισμού. Αναφέρονται οι διαφορετικές κατηγορίες τουριστικών γραφείων βάσει της διάκρισης του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) και τα μέσα (άυλα και υλικά) τα οποία απαιτούνται για την ομαλή λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου. Παρουσιάζονται ζητήματα τα οποία σχετίζονται με την αμοιβή (προμήθεια) ενός τουριστικού πρακτορείου και τις βασικές αρχές μηχανοργάνωσης.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Κατανοούν το οργανωτικό και διοικητικό πλαίσιο των τουριστικών γραφείων,
- Εξηγούν τη θέση του τουριστικού γραφείου στο δίκτυο διανομής του τουριστικού προϊόντος,

- Συνοψίζουν τη διαχρονική εξέλιξη των τουριστικών γραφείων,
- Αναλύουν τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα τουριστικό γραφείο στο σύγχρονο τουριστικό περιβάλλον,
- Εφαρμόζουν τις βασικές τεχνικές μηχανοργάνωσης,
- Συσχετίζουν τον τρόπο αλληλεξάρτησης των διαφορετικών τμημάτων ενός τουριστικού γραφείου,
- Υπολογίζουν την αμοιβή (προμήθεια) του τουριστικού γραφείου για κάθε υπηρεσία που προσφέρει,
- Απορρίπτουν πρακτικές που σχετίζονται με τον αθέμιτο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων και τον ενθαρρύνουν,
- Ενθαρρύνουν την εύρυθμη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου βάσει των αρχών της διοίκησης επιχειρήσεων,
- Αξιοποιούν τα υλικά και άυλα αγαθά ενός τουριστικού γραφείου με στόχο την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστικός Πράκτορας (Retail Travel Agent) / Διοργανωτής ταξιδιών (tour operator) / Τουριστικό πακέτο / Τουριστικό γραφείο-πρακτορείο / Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (IATA) / Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής (GDS) / Συμβόλαια-Συμφωνίες / Εναέριες μεταφορές / Κρουαζιέρα / Οδικές εκδρομές / Ακτοπλοϊκό εισιτήριο / Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία (ΟΤΑ).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενότητων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
2	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ
3	ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΦΟΡΜΑΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΔΩΜΑΤΙΟΥ
4	ΟΔΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
5	ΕΝΑΕΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
6	ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ
7	ΤΟ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ
8	ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.1.E.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζονται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες οι βασικές έννοιες οι οποίες αφορούν ένα τουριστικό γραφείο. Αναφέρεται καταρχάς η έννοια του τουριστικού γραφείου τόσο από νομικής άποψης όσο και επιχειρηματικής, καθώς και οι κατηγορίες διαφορετικών τουριστικών γραφείων και τα σημαντικότερα τμήματα τα οποία το απαρτίζουν (τμήμα κρατήσεων, τμήμα προγραμματισμού και μάρκετινγκ, τμήμα δραστηριοτήτων, τμήμα μεταφοράς πελατών και τμήμα οικονομικών υπηρεσιών). Αναφέρεται η έννοια του τουριστικού πακέτου, η διάκριση βάσει των στοιχειωδών επιμέρους συμπεριλαμβανόμενων υπηρεσιών (τουριστικός προορισμός, μεταφορικό μέσο, κατάλυμα, σίτιση, μεταφορά και ψυχαγωγία), καθώς και τα ατομικά πακέτα (Individuals Inclusive Tours-IIT) και τα ομαδικά (Group Inclusive Tours-GIT). Προσδιορίζεται η διάκριση τουριστικών γραφείων βάσει ομάδας-στόχου, κατηγορίας τουριστικής δραστηριότητας και πιστοποίησης ή μη σύμφωνα με την IATA. Επίσης, προσδιορίζονται ειδικές κατηγορίες τουριστικών γραφείων βάσει ιδιαιτεροτήτων τουριστικής δραστηριότητας και τρόπου λειτουργίας: τουριστικά γραφεία αντιπροσώπευσης (general sales agent), τουριστικά γραφεία δικαιόχρησης ή δικαιοχρησίας (franchised travel agencies) και τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (online travel agencies). Αναλύεται η έννοια της τουριστικής υπηρεσίας, ο αριθμός των επιμέρους τουριστικών υπηρεσιών οι οποίες προσφέρονται και η ιδιαιτερότητα, η οποία ξεχωρίζει τις τουριστικές υπηρεσίες από άλλες παρεχόμενες υπηρεσίες. Ορίζεται η έννοια του τουριστικού πράκτορα και των βασικών αρμοδιοτήτων του. Στη συνέχεια, αναφέρονται οι νομικές και επιχειρηματικές προϋποθέσεις της εγκατάστασης ενός τουριστικού γραφείου. Αναφέρονται στη συνέχεια τα κυριότερα παγκόσμια συστήματα διανομής (global distribution systems). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι οι οποίες προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η συζήτηση για την παρουσίαση γνωστών ελληνικών τουριστικών γραφείων.

2.1.E.2 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ

Στη δεύτερη υποενότητα παρουσιάζονται ζητήματα σχετικά με τις πλέον βασικές λειτουργίες οι οποίες επιτελούνται σε ένα τουριστικό γραφείο. Αναφέρονται οι λειτουργίες οι οποίες επιτελούνται με χρονική σειρά (πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από τη λήξη της τουριστικής περιόδου). Αναφέρονται περιληπτικά και σε εισαγωγικό βαθμό, η έννοια της επιλογής προμηθευτών, της έκδοσης διαφημιστικού έντυπου φυλλαδίου (μπροσούρας), της καταχώρησης στο Διαδίκτυο, του δελτίου συμμετοχής (voucher), της υποδοχής και παραλαβής πελατών (handling), της μεταφοράς πελατών (transfer) και της έκδοσης χρεωστικών σημειωμάτων. Ορίζονται αναλυτικά οι συμφωνίες, τις οποίες συντάσσει η διοίκηση του τουριστικού γραφείου με τη διοίκηση ενός ξενοδοχείου και αφορούν τους τύπους συνεργασίας με τα τουριστικά καταλύματα (στην ξε-

νοδοχειακή ορολογία: «τα συμβόλαια») και συγκεκριμένα οι συμφωνίες: κατ' αίτηση (on request), δέσμευσης (commitment), εγγύησης (guarantee) και υπό προειδοποίηση (allotment). Δίδονται παραδείγματα αναφορικά με τα έγγραφα τα οποία αφορούν κάθε συμφωνία (συμβόλαιο), γίνεται σύνταξη καθενός από τα συμβόλαια αυτά, ει δυνατόν επιδεικνύονται τυχόν συμβόλαια από τη βιβλιογραφία και αναφέρονται οι περιπτώσεις στις οποίες προτιμάται η σύναψη του τάδε ή του δείνα συμβολαίου. Δίδεται έμφαση στον υπολογισμό της αμοιβής του τουριστικού γραφείου βάσει συμφωνίας (συμβολαίου), στους τρόπους με τους οποίους συντάσσεται αυτή η αμοιβή και στις τυχόν αποζημιώσεις οι οποίες προβλέπονται στη συμφωνία (συμβόλαιο). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η συζήτηση για την αξιοποίηση πρότερων γνώσεων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες.

2.1.E.3 | ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΦΟΡΜΑΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΔΩΜΑΤΙΟΥ

Στην τρίτη υποενότητα παρουσιάζεται η φόρμα κράτησης δωματίου (booking request). Αναφέρεται η έννοια της φόρμας κράτησης δωματίου, τα στοιχεία τα οποία ζητώνται από έναν πελάτη προς συμπλήρωση, ο έλεγχος της τελικής τιμής δωματίου και τυχόν επιπλέον χρεώσεις με τις οποίες επιβαρύνεται ο πελάτης. Αναλύονται οι όροι διατροφής και τα γεύματα τα οποία μπορεί να προπληρώσει κατά την άφιξή του στο ξενοδοχείο ένας πελάτης, όπως η κράτηση χωρίς γεύμα (Bed only), η κράτηση με πρωινό (bed and breakfast), η κράτηση με δύο γεύματα ή ημιδιατροφή (half board) και η κράτηση με πλήρη διατροφή (full board). Αναφέρεται η διάρκεια της ξενοδοχειακής ημέρας και, κατά συνέπεια, οι ώρες άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχειακό δωμάτιο, οι τρόποι πληρωμής με τους οποίους δύναται να πληρώσει κάθε πελάτης και ο χειρισμός που απαιτεί κάθε τρόπος (μετρητοίς, με επιταγή, με κάρτα πιστωτική ή χρεωστική ή προπληρωμένη). Ορίζεται η έννοια της πολιτικής ακύρωσης του δωματίου και, κατά συνέπεια, επεξηγείται η έννοια του χρονικού διαστήματος αποδέσμευσης (release period), καθώς και οι ιδιαίτερες επιλογές, τις οποίες μπορεί να έχει ένας πελάτης αναφορικά με τη διάταξη του δωματίου του ή το δωμάτιο γενικά (αριθμό κλινών, τύπο κρεβατιού, δωμάτιο AMEA, δωμάτιο με υποαλλεργικά υλικά κ.λπ.). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η επίδειξη φόρμας δωματίων από το Διαδίκτυο ή από τη βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες συμπληρώνονται φόρμες κράτησης.

2.1.E.4 | ΟΔΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ (TRANSFER)

Η τέταρτη υποενότητα αναφέρεται στο οδικό μεταφορικό και εκδρομικό έργο κάθε τουριστικού γραφείου (transfer). Αναφέρεται το έργο της οδικής μεταφοράς κάθε

γραφείου (από και προς τον τόπο διαμονής προς κόμβους μεταφορικών μέσων ή από και προς το ξενοδοχείο διαμονής των πελατών). Αναλύονται οι παράγοντες, οι οποίοι αφορούν στη μετακίνηση των επιβατών με παραδείγματα (απαιτούμενος χρόνος μετάβασης στον προορισμό, τυχόν συνδυασμός οδικών μέσων ή μη, προσφερόμενη άνεση και πολυτέλεια οχήματος, υπηρεσίες εντός του οχήματος, διαθεσιμότητα και συχνότητα μετακίνησης). Αναφέρεται ο ενδεδειγμένος τρόπος υποδοχής και παραλαβής επιβατών (handling), ο έλεγχος για τυχόν μη αφιχθέντες πελάτες (no show) και οι υποχρεώσεις του τουριστικού γραφείου, το οποίο αναλαμβάνει τη μεταφορά πελατών (handling agent). Ορίζεται η έννοια της οδικής εκδρομής και οι διαφορετικές κατηγορίες [Οργανωμένες Οδικές Εκδρομές, Περιηγήσεις μικρής διάρκειας (half day) ή μεγάλης διάρκειας (full day), νυκτερινές περιηγήσεις (by night), μαθητικές εκδρομές κ.ά.]. Αναφέρεται διεξοδικά η έννοια και το αντικείμενο εργασίας του αρχηγού της εκδρομής (tour leader), οι τομείς δραστηριοτήτων του/της και οι βασικές γνώσεις, τις οποίες πρέπει να κατέχει. Αναλύεται στη συνέχεια η διαφορά μεταφοράς πελατών (transfer) από την περιήγηση (tour). Καθίσταται κατανοητή η έννοια των τουριστικών λεωφορείων, η διάκρισή τους βάσει του αριθμού των θέσεων και οι όροι και προϋποθέσεις οι οποίες αφορούν την κυκλοφορία τους. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η αναφορά πραγματικών σχετικών τουριστικών γραφείων από το Διαδίκτυο ή από τη βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες συντάσσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες προγράμματα εκδρομών.

2.1.E.5 | ΕΝΑΕΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Στην πέμπτη υποενότητα αναλύεται ό,τι αφορά την εναέρια τουριστική μετακίνηση. Αναφέρονται τα είδη αεροπορικών εταιρειών βάσει τρόπου λειτουργίας [εταιρείες τακτικών αερογραμμών (scheduled airlines), εταιρείες ναυλωμένων αερογραμμών (charter airlines) και εταιρείες χαμηλού κόστους (low cost carriers)], τα μοντέλα λειτουργίας τους, τα μοντέλα εξυπηρέτησης των πελατών και οι σχέσεις τους με τα τουριστικά γραφεία. Αναλύονται οι διαφορές εταιρειών χαμηλού κόστους και τακτικών αερογραμμών και οι παράγοντες διαφοροποίησης αεροπορικού εισιτηρίου (τύποι αεροσκαφών, πρόγραμμα πτήσης, κόστος εισιτηρίου, εξυπηρέτηση στο αεροδρόμιο κ.ά.). Αναφέρονται οι παράγοντες ικανοποίησης του επιβάτη, οι παράγοντες επιλογής μιας αεροπορικής εταιρείας, τα είδη των διαφορετικών επιβατών βάσει διαφορετικής ομάδας-στόχου κοινού, οι επιθυμίες κάθε ομάδας στόχου (ταξιδιώτες αναψυχής, ταξιδιώτες για επαγγελματικούς λόγους κ.ά.). Παρουσιάζεται η εξυπηρέτηση, την οποία λαμβάνει ένας/μία επιβάτης/-ίδα πριν από την πτήση (επικύρωση εισιτηρίου, εξυπηρέτηση αποσκευών, διευκόλυνση επιβατών, η δυνατότητα καθοδήγησης και επιβίβασης, τα σαλόνια αναμονής και οι πληροφορίες επιβατών), κατά τη διάρκεια της πτήσης (τυχόν τοποθέτηση πελάτη στο κάθισμα, επισιτισμός εν ώρα πτήσης, μέριμνα για επι-

βάτες ΑΜΕΑ ή για βρέφη, ταξιδιωτικές πληροφορίες, συμπεριφορά προσωπικού κ.ά.) και στο τέλος της πτήσης (μετακίνηση από ένα αεροδρόμιο στο επόμενο σε περίπτωση ενδιαμέσσης στάσης, άμεση και αποτελεσματική αναζήτηση απολεσθεισών αποσκευών, ικανοποιητικός χειρισμός αχρησιμοποίητων εισιτηρίων κ.ά.). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η αναφορά πραγματικών σχετικών τουριστικών γραφείων συμβεβλημένων με την ΙΑΤΑ από το Διαδίκτυο ή από τη βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες αναζητούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες αεροπορικά εισιτήρια από διαφορετικές εταιρείες διαφορετικών κατηγοριών.

2.1.E.6 | ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ

Στην έκτη υποενότητα παρουσιάζεται η κρουαζιέρα (cruise), τουριστική δραστηριότητα, η οποία αποτελεί τουριστικό προϊόν που εμπορεύεται ένα τουριστικό γραφείο. Αναλύεται η έννοια της κρουαζιέρας και δίδεται έμφαση στο γεγονός ότι αποτελεί μια θαλάσσια περιήγηση με μεγάλα πολυτελή πλοία (κρουαζιερόπλοια) που περιλαμβάνει στάσεις σε προκαθορισμένα λιμάνια. Τονίζεται η διαφορά της κρουαζιέρας από τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού (σκοπός της κρουαζιέρας είναι το ίδιο το ταξίδι). Αναφέρονται τα διαφορετικά είδη κρουαζιέρας βάσει διάρκειας, συνδυασμού δραστηριοτήτων και επαγγελματικού τουρισμού, καθώς και οι δραστηριότητες του τουρίστα εντός του κρουαζιερόπλοιου. Αναφέρονται οι γεωγραφικές περιοχές στις οποίες εκτελούνται κρουαζιέρες και παρουσιάζονται δρομολόγια υπαρκτών κρουαζιέρων κάθε είδους. Αναφέρεται ότι τα τουριστικά γραφεία δεν σχεδιάζουν κρουαζιέρες, αλλά μόνο πωλούν τα πακέτα που ετοιμάζουν οι ναυτιλιακές εταιρείες στις οποίες ανήκουν τα κρουαζιερόπλοια και κερδίζουν ποσοστά από την πώληση. Παρουσιάζεται η πορεία και τα στοιχεία της ελληνικής οικονομίας της κρουαζιέρας, τα προβλήματα και οι προοπτικές του κλάδου. Ορίζεται η έννοια του τουρισμού με χρήση μικρών ομάδων ιστιοπλοϊκών ή motor ships τα οποία κυβερνώνται από πλοίαρχο (τουρισμός flotilla). Αναλύεται η σημασία του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και οι προοπτικές του τομέα αυτού. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η αναφορά πραγματικών σχετικών τουριστικών γραφείων τα οποία εμπορεύονται κρουαζιέρες και εταιρειών κρουαζιέρας. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες αναζητούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες κρουαζιέρες.

2.1.E.7 | ΤΟ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΟ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ

Στην έβδομη υποενότητα παρουσιάζεται το ακτοπλοϊκό εισιτήριο και ότι αφορά την πώλησή του μέσω πρακτορείου. Αναλύονται τα διαφορετικά μέρη του εισιτηρίου και επεξηγείται η χρήση κάθε μέρους [για τον εκδότη (issuing office-agency coupon), για

τον έλεγχο (control ή check-in), για το λιμεναρχείο (port authority coupon), για τον επιβάτη ή/και το όχημα (passenger – vehicle coupon)], τα περιεχόμενα του ακτοπολικού εισιτηρίου και η θέση τους στο εισιτήριο (επωνυμία ναυτιλιακής εταιρείας, ημερομηνία και ώρα ταξιδιού, όνομα πλοίου, λιμάνι απόπλου και προορισμού, συνολικός ναύλος, ονοματεπώνυμο επιβάτη, κατηγορία αυτοκινήτου, θέση επιβάτη, στοιχεία επιβάτη, αριθμός και ημερομηνία έκδοσης) και τα στοιχεία έκδοσης [το όνομα του επιβάτη, αριθμός ατόμων που ταξιδεύουν, ηλικίες παιδιών, προορισμός και ημερομηνία ταξιδιού, θέση ταξιδιού και είδος καμπίνας (δίκλινη ή τετράκλινη), αν υπάρχει αυτοκίνητο (τύπος, μήκος και αριθμός κυκλοφορίας του)]. Ορίζονται οι διαφορετικοί τύποι καμπινών και τονίζονται οι διαφορετικές κατηγορίες βάσει κατασκευής, αναγκών του επιβάτη και αριθμού κλινών (τετράκλινη εσωτερική καμπίνα με ή χωρίς παράθυρο, δίκλινη εξωτερική καμπίνα με ή χωρίς παράθυρο, δίκλινη καμπίνα με ένα διπλό κρεβάτι ή δύο μονά, καμπίνες πολυτελείας, καμπίνες ΑΜΕΑ και για ιδιοκτήτες κατοικίδιων ζώων). Παρουσιάζονται οι κατηγορίες θέσεων επιβατών χωρίς καμπίνα (αεροπορικές θέσεις και θέσεις καταστρώματος). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη ναυτιλιακών εταιρειών. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκτελούν κρατήσεις ακτοπολικών θέσεων.

2.1.E.8 | ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (TOUR OPERATORS)

Στην όγδοη υποενότητα παρουσιάζεται η έννοια των χονδρεμπόρων τουριστικών υπηρεσιών (tour operators). Αναλύεται η έννοια των χονδρεμπόρων τουριστικών υπηρεσιών ως γραφεία τα οποία «αγοράζουν» υπηρεσίες χονδρικά από τους προμηθευτές, κάνοντας προκρατήσεις σε αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, υπηρεσίες μετακίνησης κ.λπ. Αναφέρεται ότι τα τουριστικά γραφεία εμπορεύονται τα πακέτα αυτά με προσαύξηση, χωρίς να έχουν δικαίωμα αλλαγής τους, ενώ, συνήθως, οι εταιρείες μαζικής παραγωγής ταξιδιών διαθέτουν τουριστικά γραφεία αποκλειστικά για τα δικά τους πακέτα. Ορίζονται οι διαφορετικές κατηγορίες χονδρεμπόρων τουριστικών υπηρεσιών [χονδρέμποροι τουριστικών υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού (mass market tour operators), ειδικευμένου τουρισμού (specialist tour operators), μαζικού εισερχόμενου τουρισμού (inbound-incoming), μαζικού εξερχόμενου τουρισμού (outbound-outgoing) και μαζικού εγχώριου τουρισμού (domestic)]. Παρουσιάζονται τα τουριστικά πακέτα ως προς τη θεματική ενότητα του τουριστικού ενδιαφέροντος: πακέτα για ξεναγήσεις με κίνητρο τον τουρισμό γενικότερα, πακέτα για ξεναγήσεις με κίνητρο το αρχαιολογικό ενδιαφέρον, πακέτα για ξεναγήσεις με κίνητρο τα φυσικά ενδιαφέροντα, πακέτα για ξεναγήσεις με κίνητρο τα πολιτιστικά ενδιαφέροντα, πακέτα με σκοπό συνεδριάσεις και εμπορικές εκθέσεις και ταξίδια κινήτρων (incentive travel). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη εταιρειών μαζικής παραγωγής ταξιδιών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά γραφεία: ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
2. Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων: προγραμματισμός ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Οδηγός του Πολίτη. *Ίδρυση και λειτουργία τουριστικών γραφείων*. Ανακτήθηκε στις 3 Ιουλίου 2024 από:
<http://www.odigostoupoliti.eu/idrisi-ke-litourgiatouristikon-grafion/>
2. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

2.1.ΣΤ • ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με μια ποικιλία θεμάτων τα οποία αφορούν την παγκόσμια γεωγραφία. Παρουσιάζονται αναλυτικά οι τουριστικές ροές σε παγκόσμιο επίπεδο, με έμφαση στα τουριστικά κέντρα σε όλο τον πλανήτη. Αναλύονται οι έννοιες της οικονομικής, φυσικής και ταξιδιωτικής γεωγραφίας και παρουσιάζονται σχετικά θέματα για όλες τις ηπείρους (στο σύνολό τους ή για τμήμα τους), όπως η Βόρεια και η Νότια Αμερική, η νοτιοανατολική Ασία, η Ευρώπη, η Μεσόγειος κ.λπ. Αναλύεται η σχέση μεταξύ της γεωγραφίας και της δημιουργίας των αεροπορικών δρομολογίων, καθώς και ο ρόλος της Διεθνούς Ένωσης Αερομεταφορών (IATA), ενώ παρουσιάζονται και πρακτικά ζητήματα, όπως η διαφορά ώρας μεταξύ χωρών.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ερμηνεύουν τη σημασία της οικονομικής και φυσικής γεωγραφίας αναφορικά με την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου,
- Περιγράφουν τις τουριστικές ροές που παρουσιάζονται στο σύγχρονο τουριστικό περιβάλλον,
- Εντοπίζουν τους βασικούς τουριστικούς προορισμούς, οι οποίοι προσελκύουν περισσότερους/-ες επισκέπτες/-τριες ανά ήπειρο,

- Παρουσιάζουν τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά του κόσμου: χώρες, πρωτεύουσες, σημαντικές πόλεις, βουνά, ποταμούς και θάλασσες,
- Αναφέρουν τα κλιματολογικά χαρακτηριστικά της κάθε ηπείρου και περιοχής,
- Αναγνωρίζουν το διεθνές σύστημα σχετικά με την ώρα,
- Διαχειρίζονται τα ζητήματα που προκύπτουν από τη διαφορά ώρας μεταξύ των χωρών,
- Εξηγούν την υφιστάμενη σχέση μεταξύ αεροπορικών γραμμών και γεωγραφίας σε παγκόσμιο επίπεδο,
- Αποδέχονται τις τυχόν διαφορές μεταξύ των χωρών που προκύπτουν από τα γεωγραφικά τους χαρακτηριστικά.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστική γεωγραφία / Τουριστικά ρεύματα / Κλίμα / Τουριστική προσφορά / Τουριστική ζήτηση / Αξιοθέατα / Κλιματικοί περιορισμοί / Τουριστικοί πόροι / Κίνητρα τουριστών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗΣ
2	ΟΙ ΖΩΝΕΣ ΤΗΣ ΩΡΑΣ, ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΛΙΜΑΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ
3	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΕΥΡΩΠΗΣ
4	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗΣ
5	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΣΙΑΣ
6	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΦΡΙΚΗΣ
7	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΩΚΕΑΝΙΑΣ-ΝΕΑΣ ΖΗΛΑΝΔΙΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.ΣΤ.1 | ΠΟΡΟΙ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η πρώτη υποενότητα έχει ως στόχο να εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην έννοια της τουριστικής γεωγραφίας και στα επιμέρους στοιχεία που εξετάζει. Αρχικά, επικεντρώνεται στην κατανόηση των πόρων της τουριστικής προσφοράς, οι οποίοι είναι κρίσιμοι για να εδραιωθεί μια τουριστική περιοχή στον εθνικό ή διεθνή χώρο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σε θέση να αναφέρουν και να καταγράφουν τις διακρίσεις των πόρων και υπηρεσιών της τουριστικής προσφοράς (φυσικοί, περιβαλλοντικοί, πολιτισμικοί, ανθρωπογενείς πόροι, υπηρεσίες). Με βάση αυτή τη γνώση, οι

εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σε θέση να γνωρίζουν και τα βασικότερα κίνητρα μετακίνησης των τουριστών παγκοσμίως. Επιπρόσθετα, η κατανόηση και αφομοίωση των τουριστικών πόρων από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες τους καθιστά ικανούς/-ές να κρίνουν ποιοι πόροι χρήζουν ιδιαίτερης προστασίας και ποιοι απαιτούν περισσότερα μέτρα προστασίας τόσο στη χώρα μας όσο και στον υπόλοιπο κόσμο. Στη συνέχεια, η υποεπένδυση εστιάζεται στη ζήτηση της τουριστικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα στα τουριστικά ρεύματα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την τμηματοποίηση της αγοράς και τα διαφορετικά προφίλ ταξιδιωτών. Η μελέτη των τουριστικών ρευμάτων επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες την κατανόηση της σχέσης μεταξύ τύπου ταξιδιού και κινήτρων των τουριστών. Στο τέλος αυτής της υποεπένδυσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται για να εξελιχθούν ως επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού και να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες στην τουριστική βιομηχανία. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, καλούνται να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο η προσφορά και η ζήτηση αλληλοεπιδρούν στην τουριστική βιομηχανία.

2.1.ΣΤ.2 | ΟΙ ΖΩΝΕΣ ΤΗΣ ΩΡΑΣ, ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΛΙΜΑΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Η δεύτερη υποεπένδυση εστιάζεται σε θέματα όπως η ζώνη της ώρας, το κλίμα και οι κλιματικοί περιορισμοί. Αρχικά, γίνεται αναφορά στις 24 ζώνες χρόνου, στο σημείο Greenwich (GMT-Μέση ώρα Γκρίνουιτς) και στη διαφορά στην ώρα ταξιδεύοντας δυτικά ή ανατολικά. Αποσαφηνίζεται ο ρόλος του κλίματος, πρωτίστως ως προσδιοριστικός παράγοντας στη μετακίνηση των τουριστών και έπειτα ως σημαντικός πόλος έλξης από μόνος του για την επισκεψιμότητα μιας χώρας ή ενός προορισμού. Αναλύονται διεξοδικά τα είδη κλίματος στον κόσμο (υγρό, ξηρό, τροπικό, πολικό), τα χαρακτηριστικά και οι μεταβλητές τους. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες ικανούς/-ές να κατευθύνουν και να δίνουν πληροφορίες σε έναν/μία τουρίστα/-τρια για το ταξίδι του/της. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο κλίμα και στους περιορισμούς του, οι οποίοι λειτουργούν ανασταλτικά στις οργανωμένες διακοπές. Για παράδειγμα, δυνατοί άνεμοι, σφοδρές χιονοπτώσεις, υπερβολικά υψηλές θερμοκρασίες υπό σκιά, ισχυρές βροχοπτώσεις, ακραία καιρικά φαινόμενα συνεπάγονται τη μείωση θαλάσσιων λουτρών, θαλάσσιων δραστηριοτήτων (σπορ) στη θάλασσα, την αναβολή χειμερινών αθλημάτων και τη δυσaréσκεια των τουριστών. Ειδική μνεία συνιστάται να γίνει στον παράγοντα της κλιματικής αλλαγής και την επίδρασή της στην τουριστική βιομηχανία. Στο πλαίσιο της υποεπένδυσης κρίνεται σκόπιμο να αποκτήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες την ικανότητα να διαβάσουν τον παγκόσμιο χάρτη ζωνών ώρας στο υπάρχον εργαστήριο Η/Υ της δομής που φοιτούν.

2.1.ΣΤ.3 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΕΥΡΩΠΗΣ

Η συγκεκριμένη υποεπένδυση εστιάζεται στην ήπειρο της Ευρώπης, στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και στη θέση της στην παγκόσμια τουριστική οικονομία. Αρχικά,

προσδιορίζονται τα γεωγραφικά όρια της Ευρώπης, οι θάλασσες που τη βρέχουν, τα ποτάμια, οι λίμνες και οι οροσειρές της. Επεξηγούνται τα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν το κλίμα της Ευρώπης και οι κλιματικοί τύποι που διακρίνονται. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά ικανούς/-ές τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να προσδιορίζουν τις τουριστικές ροές προς την Ευρώπη. Ακολουθως, περιγράφονται εκτενώς οι φυσικοί, πολιτισμικοί και ανθρωπογενείς πόροι της συγκεκριμένης ηπείρου, αναδεικνύοντάς την ως έναν σημαντικό και ποικιλόμορφο τουριστικό προορισμό. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη υποενότητα εστιάζεται σε θέματα όπως το υφιστάμενο δίκτυο μεταφορών και θέματα προσβασιμότητας και ασφάλειας για τους ταξιδιώτες. Προβάλλονται οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί της Ευρώπης και επεξηγούνται οι παράγοντες και ιδιαιτερότητες που καθιστούν τους εν λόγω προορισμούς σημαντικούς σε επισκεψιμότητα. Τέλος, η μαθησιακή υποενότητα ολοκληρώνεται με την αναφορά στις κυριότερες τάσεις στον ευρωπαϊκό τουρισμό, όπως, για παράδειγμα, ο αντίκτυπος της τεχνολογίας στις κρατήσεις, ο βιώσιμος τουρισμός κ.ά. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους κλιματικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τη ζήτηση στα ταξίδια στην Ευρώπη, το προσφερόμενο επίπεδο προσβασιμότητας των ταξιδιωτών και θέματα ασφάλειας των ταξιδιωτών. Στο πλαίσιο εμβάθυνσης και πληρέστερης κατανόησης της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας, προτείνεται η ηλεκτρονική περιήγηση των εκπαιδευόμενων στις ιστοσελίδες των εθνικών οργανισμών τουρισμού, προκειμένου να εντοπίσουν και να καταγράψουν τα σημαντικότερα θέλγητρα και σημεία ενδιαφέροντος δημοφιλών προορισμών της Ευρώπης.

2.1.ΣΤ.4 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Η συγκεκριμένη υποενότητα επικεντρώνεται στην ήπειρο της Αμερικής, στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και στη θέση της στην παγκόσμια τουριστική οικονομία. Αρχικά, προσδιορίζονται τα γεωγραφικά όρια της Αμερικής, οι θάλασσες που τη βρέχουν, τα ποτάμια, οι λίμνες και οι οροσειρές της. Επεξηγούνται τα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν το κλίμα της Αμερικής και οι κλιματικοί τύποι που διακρίνονται. Στη συνέχεια, αναφέρονται διεξοδικά οι φυσικοί, πολιτισμικοί και ανθρωπογενείς πόροι της συγκεκριμένης ηπείρου, οι οποίοι συμβάλλουν σε μια πλούσια ποικιλία ταξιδιωτικών εμπειριών. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά ικανούς/-ές τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να προσδιορίζουν τις τουριστικές ροές προς την Αμερική, ενώ αποτελεί γνώση ζωτικής σημασίας για επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού. Προβάλλονται οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί της Αμερικής και επεξηγούνται οι παράγοντες και ιδιαιτερότητες που καθιστούν τους εν λόγω προορισμούς σημαντικούς σε επισκεψιμότητα. Παρουσιάζονται οι διαφορές και οι παράγοντες που συνέτελεσαν στην τουριστική ανάπτυξη μεταξύ Βόρειας, Κεντρικής και Νότιας Αμερικής. Προβάλλονται οι δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί στη Βόρεια, Κεντρική και Νότια Αμερική, τονίζοντας τα μοναδικά τοπία και αξιοθέατα. Για παράδειγμα, τα Βραχώδη Όρη, το Γκραντ Κάνυον, το Μάτσου Πίτσου, η πόλη της Ν. Υόρκης, η Κούβα

κ.ά. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους κλιματικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τη ζήτηση στα ταξίδια στην Αμερική, το προσφερόμενο επίπεδο προσβασιμότητας των ταξιδιωτών και θέματα ασφάλειας των ταξιδιωτών. Συνιστάται η εκπόνηση ομαδικών εργασιών στο εργαστήριο Η/Υ του χώρου εκπαίδευσης και η καταγραφή των φυσικών και πολιτισμικών πόρων της Αμερικής από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες.

2.1.ΣΤ.5 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΣΙΑΣ

Η εν λόγω υποενότητα ασχολείται με την πλούσια και πολυποίκιλη ήπειρο της Ασίας, τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και τη θέση της στην παγκόσμια τουριστική οικονομία. Αρχικά, προσδιορίζονται τα γεωγραφικά όρια της Ασίας, οι θάλασσες που τη βρέχουν, τα ποτάμια, οι λίμνες και οι οροσειρές της. Επεξηγούνται τα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν το κλίμα της Ασίας και οι κλιματικοί τύποι που διακρίνονται. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά ικανούς/-ές τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να προσδιορίζουν τις τουριστικές ροές προς την Ασία, ενώ αποτελεί γνώση ζωτικής σημασίας για επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού. Στη συνέχεια, αναφέρονται διεξοδικά οι φυσικοί, πολιτισμικοί και ανθρωπογενείς πόροι της συγκεκριμένης ηπείρου, οι οποίοι συμβάλλουν σε μια πλούσια ποικιλία ταξιδιωτικών εμπειριών. Επισημαίνονται τα σημαντικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την επισκεψιμότητα στην Ασία, όπως οι κλιματικοί περιορισμοί, η βιοποικιλότητα και οι οροσειρές των Ιμαλαΐων. Γίνεται αναφορά στις πολυάριθμες μορφές τουρισμού που ανθίζουν στην Ασία (αστικό τουρισμό στο Τόκιο και στο Πεκίνο, οικολογικό τουρισμό στις αγροτικές περιοχές), ενώ ιδιαίτερη μνεία απαιτείται στους ταχύτατα ανεπτυγμένους τουριστικούς προορισμούς των τελευταίων χρόνων, όπως το Ντουμπάι και το Αμπού Ντάμπι. Επιπλέον, η υποενότητα ολοκληρώνεται με την επισήμανση θεμάτων όπως οι πολιτικές θέσεις κρατών της Ασίας και οι συγκρούσεις μεταξύ κρατών στη Μέση Ανατολή. Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους κλιματικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τη ζήτηση στα ταξίδια στην Ασία, το προσφερόμενο επίπεδο προσβασιμότητας των ταξιδιωτών και θέματα ασφάλειας των ταξιδιωτών. Προτείνεται η ηλεκτρονική περιήγηση των εκπαιδευομένων στις ιστοσελίδες των εθνικών οργανισμών τουρισμού κρατών της Ασίας, προκειμένου να εντοπίσουν τα κυριότερα σημεία ενδιαφέροντος και πόλους έλξης κάθε επισκέπτη.

2.1.ΣΤ.6 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΑΦΡΙΚΗΣ

Η συγκεκριμένη υποενότητα παρουσιάζει την ήπειρο της Αφρικής, τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και τη θέση της στην παγκόσμια τουριστική οικονομία. Αρχικά, προσδιορίζονται τα γεωγραφικά όρια της Αφρικής, οι θάλασσες που τη βρέχουν, τα ποτάμια, οι λίμνες και οι οροσειρές της. Επεξηγούνται τα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν το κλίμα της Αφρικής και οι κλιματικοί τύποι που διακρίνονται. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά ικανούς/-ές τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να προσδιορίζουν τις τουριστικές ροές προς την Αφρική, ενώ αποτελεί γνώση ζωτικής σημασίας για επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού. Στη συνέχεια, η υποενότητα παρουσιάζει

τα σημαντικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τον τουρισμό στην Αφρική, όπως η έρημος Σαχάρα, το όρος Κιλιμάντζαρο και διάφορα οικοσυστήματα που φιλοξενούν άγρια ζώα. Προβάλλεται η πολιτιστική ποικιλομορφία εντός της ηπείρου, καθώς και η έντονη διαφοροποίηση του τοπίου ανάμεσα στο βόρειο, νότιο και κεντρικό κομμάτι. Τονίζεται ο διαφορετικός βαθμός τουριστικής ανάπτυξης και επισκεψιμότητας ανάμεσα στον Βορρά και στον Νότο της Αφρικής και προσδιορίζονται οι λόγοι που συντελούν σε αυτό. Για παράδειγμα, η έλλειψη σύγχρονων συστημάτων μεταφορών και η έλλειψη υποδομών τουρισμού. Επισημαίνονται οι δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί της Αφρικής (Μαρόκο, Αίγυπτος, Τυνησία, Ζανζιβάρη) και τα σημαντικότερα θέλγητρά τους. Η κατανόηση της τουριστικής γεωγραφίας της Αφρικής είναι απαραίτητη για κάθε επαγγελματία στην τουριστική βιομηχανία. Στο πλαίσιο εμβάθυνσης και πληρέστερης κατανόησης της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας, προτείνεται να εμπλακούν όλοι/-ες οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, να εντοπίσουν και να καταγράψουν τα σπουδαιότερα θέλγητρά της Αφρικής και να τα κατηγοριοποιήσουν σε φυσικά και πολιτισμικά θέλγητρα.

2.1.ΣΤ.7 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΩΚΕΑΝΙΑΣ-ΝΕΑΣ ΖΗΛΑΝΔΙΑΣ

Η τελευταία υποενότητα επικεντρώνεται στην περιοχή της Ωκεανίας, στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και στη θέση της στην παγκόσμια τουριστική οικονομία. Αρχικά, προσδιορίζονται τα γεωγραφικά όρια της Ωκεανίας, τα νησιά που τη συγκροτούν, οι θάλασσες που τη βρέχουν, τα ποτάμια, οι λίμνες και οι οροσειρές της. Επεξηγούνται τα βασικά στοιχεία που διαμορφώνουν το κλίμα της και οι κλιματικοί τύποι που διακρίνονται. Η συγκεκριμένη γνώση καθιστά ικανούς/-ές τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να προσδιορίζουν τις τουριστικές ροές προς την Ωκεανία, ενώ αποτελεί γνώση ζωτικής σημασίας για επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού. Η υποενότητα παρουσιάζει στη συνέχεια τα ποικίλα τοπία, τα οικοσυστήματα και τα πολιτιστικά αξιοθέατα που προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Προσδιορίζονται τα τουριστικά ρεύματα προς την Ωκεανία και οι χώρες προέλευσής τους. Τονίζονται οι παράγοντες που συντελούν σε τυχόν μειωμένη επισκεψιμότητα προς την Ωκεανία, όπως η απομόνωσή της από τον υπόλοιπο κόσμο και το μεγάλο κόστος του ταξιδιού. Προβάλλονται οι δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί όπως τα μητροπολιτικά κέντρα της Αυστραλίας, τα νησιά του Νότιου Ειρηνικού, ο Μεγάλος Κοραλλιογενής Ύφαλος, το Εθνικό Πάρκο Fiordland. Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους κλιματικούς περιορισμούς που επηρεάζουν τη ζήτηση στα ταξίδια στην Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία, το προσφερόμενο επίπεδο προσβασιμότητας των ταξιδιωτών και θέματα ασφάλειας των ταξιδιωτών. Στο πλαίσιο εμβάθυνσης και πληρέστερης κατανόησης της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας, προτείνεται να εμπλακούν όλοι/-ες οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, να εντοπίσουν και να καταγράψουν τα σπουδαιότερα θέλγητρά της Ωκεανίας και να τα κατηγοριοποιήσουν σε φυσικά και πολιτισμικά θέλγητρα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Hudman, L. E. & Jackson, R. H. (2001). *Παγκόσμια τουριστική και ταξιδιωτική γεωγραφία*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
2. Lozato-Giotart, J.-P. (1996). *Τουριστική γεωγραφία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (1999). *Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.
2. Τερκελή, Θ., Μεταξίδης, Ν. & Ραφτοπούλου, Π. (2010). *Τουριστική γεωγραφία*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ».

2.1.2 • ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να αναδειχθούν το εύρος, το σύνολο και η διαχρονικότητα της ιστορίας του ελληνικού πολιτισμού, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν τη σημασία του, αλλά και την αξία του ως τμήμα της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας. Παρουσιάζεται ο χρονικός προσδιορισμός των κυριότερων περιόδων της ελληνικής ιστορίας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, καθώς και τα κυρίαρχα πολιτιστικά χαρακτηριστικά πάνω στα οποία βασίζεται η προώθηση και η ανάδειξη των στοιχείων της ελληνικότητας (π.χ. οι σημαντικοί ρυθμοί και οι τεχνοτροπίες ανά ιστορική περίοδο). Γίνεται ανάλυση κάθε γεωγραφικής περιφέρειας της χώρας μας σε σχέση με την ανάδειξη των κυριότερων πολιτιστικών και ιστορικών μνημείων, καθώς και των σημαντικότερων περιοχών που χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένα στοιχεία λαϊκής τέχνης και παράδοσης. Επιπροσθέτως, στην ενότητα αναλύεται η διασύνδεση των διαδρομών μεταξύ ιστορικών μνημείων και αξιοθέατων με τα γεωγραφικά σημεία που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο τμήμα του τουριστικού πληθυσμού της χώρας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Παρουσιάζουν τις κυριότερες περιόδους της ελληνικής ιστορίας,
- Συνδέουν γνωστά και μη γνωστά ιστορικά αξιοθέατα με σημαντικές ιστορικές περιόδους,
- Ταξινομούν τμήματα της τουριστικής αγοράς σε ενδιαφέροντα ιστορικά και αρχαιολογικά μέρη κατά γεωγραφικές περιοχές στη χώρα μας,

- Υποστηρίζουν τη σημασία και τη διαχρονικότητα του ελληνικού πολιτισμού,
- Απορρίπτουν την απαξίωση άλλων πολιτισμών στο πλαίσιο της ανθρώπινης ιστορίας,
- Ερμηνεύουν την αξία του ελληνικού πολιτισμού και την προσφορά του στο τουριστικό προϊόν της χώρας,
- Παρουσιάζουν τα διαφορετικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας ανά περιφέρεια: ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία, λαϊκές τέχνες και παραδόσεις, ήθη και έθιμα,
- Ιεραρχούν τα διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα με βάση την ιστορική τους αξία και τη δυνατότητα τουριστικής αξιοποίησής τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Πολιτιστική κληρονομιά / Αρχαιότητα / Βυζαντινή/Μεσαιωνική εποχή / Νεότερη και Σύγχρονη εποχή / Αρχιτεκτονική μνημείων / Τέχνη / Ελληνικότητα / Ιστορικά/ Αρχαιολογικά μνημεία / Τόποι ιστορικής μνήμης / Λαϊκή παράδοση / Βιωματικός τουρισμός / Πολιτιστικές διαδρομές / Μουσεία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ
2	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ
3	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ
4	ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ
5	ΤΕΧΝΕΣ ΚΑΙ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ
6	ΘΡΗΣΚΕΙΑ ΚΑΙ ΜΥΘΟΛΟΓΙΑ
7	ΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ
8	ΜΟΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΧΟΡΟΣ
9	ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ
10	ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟΣ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΒΑ ΤΩΝ ΑΙΩΝΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Ζ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Αρχικά, η μαθησιακή υποενότητα στοχεύει στη διασάφηση των βασικών όρων του πολιτισμού και της κουλτούρας στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς και της σημασίας τους στο σύγχρονο διάλογο. Ξεκινώντας με την εννοιολογική αποσαφή-

νιση, ο/η εκπαιδευτής/-τρια καλείται να παρουσιάσει την ιστορική και θεωρητική εξέλιξη των εννοιών, να αναλύσει τις βασικές τους διαφορές, καθώς και τα σημεία στα οποία αλληλοσυμπληρώνονται, εστιάζοντας στην περίοδο της νεωτερικότητας. Με αφετηρία τις ιστορικές ρίζες των δύο εννοιών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν τη βασική θεωρητική πλαισίωση των όρων, τη συμβολή διαφορετικών πολιτισμικών παραδόσεων στην κοινωνική εξέλιξη, καθώς και τη λειτουργία της κουλτούρας στη διαμόρφωση της κοινωνικής ταυτότητας μέσα από καθημερινές πρακτικές, τη γλώσσα, τις διάφορες πεποιθήσεις, την οικονομία και τη γεωγραφία ενός τόπου, καθώς και τα πολιτισμικά δάνεια από άλλες κοινωνίες. Στη συνέχεια, ο/η εκπαιδευτής/-τρια προτείνεται να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην έννοια της ελληνικότητας, του διαλόγου της ελληνικής διανόησης του '30 γύρω από το ταυτοτικό ζήτημα, προκειμένου αφενός οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν τη διασύνδεση της ιστορίας, της κοινωνίας και της τέχνης με το ζήτημα της συλλογικής ταυτότητας και αφετέρου να προετοιμαστούν για μια θεματική και ιστορική προσέγγιση του ελληνικού πολιτισμού και των πτυχών του.

2.1.Z.2 | ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η μαθησιακή υποενότητα στοχεύει σε μια συνολική και περιεκτική παρουσίαση της εξέλιξης της ελληνικής ιστορίας, καλύπτοντας σημαντικές περιόδους και γεγονότα που διαμόρφωσαν την πορεία του ελληνικού πολιτισμού. Αρχίζοντας από την προϊστορική εποχή και τους «Πολιτισμούς του Αιγαίου» (Κυκλαδικό, Μινωικό και Μυκηναϊκό πολιτισμό), η μαθησιακή υποενότητα συνεχίζει με τα επιτεύγματα της κλασικής αρχαιότητας, την εποχή του Μεγάλου Αλεξάνδρου και τη διάδοση του ελληνικού πολιτισμού κατά την Ελληνιστική περίοδο, τη ρωμαϊκή κατάκτηση και την ενσωμάτωση της Ελλάδας στη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία, με ιδιαίτερη έμφαση στη λειτουργία της Μεσογείου ως λεκάνης πολιτισμικών ζυμώσεων και αλληλεπιδράσεων, μέσα στις οποίες ο ελληνικός κόσμος γεννιέται και αποκτά την οικουμενική του διάσταση. Η Βυζαντινή περίοδος αναλύεται ως μια περίοδος μετεξέλιξης του ελληνικού πολιτισμού υπό τη χριστιανική επίδραση, με έμφαση στις θρησκευτικές και πολιτικές εξελίξεις. Ειδική αναφορά γίνεται στην περίοδο της Λατινοκρατίας και στο πολιτισμικό αποτύπωμά της στον νησιωτικό χώρο και την Κρήτη. Το μάθημα εξετάζει επίσης την περίοδο της Οθωμανικής κυριαρχίας και τις πολιτικές και πνευματικές ζυμώσεις που συνέβαλαν στη συγκρότηση μιας νεοελληνικής ταυτότητας έως και την έναρξη της ελληνικής Επανάστασης του 1821, καθώς και του Αγώνα για Ανεξαρτησία. Η σύγχρονη περίοδος περιλαμβάνει τη δημιουργία του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους, τις πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές του 19ου και 20ού αιώνα, τους Βαλκανικούς Πολέμους, τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, τη Μικρασιατική Καταστροφή και την υποδοχή των προσφύγων, τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και τον Αντιστασιακό Αγώνα, καθώς και τη μεταπολεμική Ανασυγκρότηση, φτάνοντας έως τις πρόσφατες εξελίξεις και προκλήσεις του 21ου αιώνα.

2.1.Ζ.3 | ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Η μαθησιακή υποεπάρκεια στοχεύει σε μια εκτενή αναδρομή στην εξέλιξη της ελληνικής γλώσσας και λογοτεχνίας, αναδεικνύοντας τα βασικά στάδια και τους σημαντικούς δημιουργούς κάθε εποχής. Ξεκινώντας από την αρχαία ελληνική γλώσσα και τις πρώτες λογοτεχνικές δημιουργίες των επών του Ομήρου, το μάθημα εξετάζει την ανάπτυξη της γλώσσας και τη σύνθεση έργων όπως η λυρική ποίηση, η τραγωδία και η κωμωδία της κλασικής περιόδου, με έμφαση στους μεγάλους δραματουργούς, όπως ο Αισχύλος, ο Σοφοκλής και ο Αριστοφάνης. Στη συνέχεια, το μάθημα αναλύει την Ελληνιστική περίοδο και τη διάδοση της ελληνικής γλώσσας ως *lingua franca* (Κοινή Γλώσσα) της Ανατολικής Μεσογείου, ενώ παράλληλα εξετάζει τη λογοτεχνική παραγωγή της εποχής, συμπεριλαμβανομένων των έργων των Αλεξανδρινών ποιητών. Η Βυζαντινή περίοδος προσφέρει μια ενδιαφέρουσα σύνθεση αρχαίων και χριστιανικών στοιχείων στη λογοτεχνία, με σημαντικά έργα θεολογίας, υμνογραφίας και ιστοριογραφίας. Η περίοδος της Τουρκοκρατίας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον με τα δημοτικά τραγούδια και τις πρώτες προσπάθειες αναγέννησης της ελληνικής γλώσσας και λογοτεχνίας. Η νεότερη και σύγχρονη περίοδος περιλαμβάνει τη διαμόρφωση της νέας ελληνικής γλώσσας και τη λογοτεχνική παραγωγή από τον 19ο αιώνα έως σήμερα, με έμφαση στους Επτανήσιους ποιητές, τους συμβολιστές, τη γενιά του '30 και τους μεταπολεμικούς συγγραφείς. Η μαθησιακή υποεπάρκεια ενσωματώνει τη μελέτη της γλώσσας και της λογοτεχνίας με την κοινωνική και ιστορική διάστασή τους, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη κατανόηση της συνέχειας και των μετασχηματισμών της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

2.1.Ζ.4 | ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Η μαθησιακή υποεπάρκεια αποσκοπεί σε μια ολοκληρωμένη εικόνα της εξέλιξης της φιλοσοφικής και επιστημονικής σκέψης στην Ελλάδα, καλύπτοντας τις σημαντικές περιόδους και τις κύριες προσωπικότητες που διαμόρφωσαν σημαντικά ρεύματα και σχολές. Ξεκινώντας από την προσωκρατική φιλοσοφία, η μαθησιακή ενότητα αναλύει τις θεμελιώδεις έννοιες και θεωρίες που πρότειναν οι φυσικοί φιλόσοφοι, όπως ο Θαλής, ο Ηράκλειτος και ο Παρμενίδης. Η κλασική περίοδος αναδεικνύεται μέσω της διδασκαλίας των μεγάλων φιλοσόφων, του Σωκράτη, του Πλάτωνα και του Αριστοτέλη, οι οποίοι θεμελίωσαν βασικές αρχές της φιλοσοφίας, επηρεάζοντας βαθιά τη δυτική σκέψη. Εξετάζεται η ακαδημαϊκή παράδοση της Σχολής των Αθηνών και οι φιλοσοφικές σχολές, όπως η Στωική, η Επικούρεια και η Σκεπτική. Η Ελληνιστική και η Ρωμαϊκή περίοδος εξετάζονται μέσα από την εξέλιξη της φιλοσοφίας και των επιστημών, με έμφαση στη συμβολή των Ελλήνων στην ιατρική, τα μαθηματικά και την αστρονομία, με σημαντικές προσωπικότητες όπως ο Ιπποκράτης, ο Ευκλείδης και ο Αρχιμήδης. Η Βυζαντινή περίοδος αναλύει τη συνάντηση του νεοπλατωνισμού με τη χριστιανική σκέψη, ενώ έμφαση δίνεται στα έργα των Μεγάλων Πατέρων της Ορθοδοξίας (Μέγας Βασίλειος, Ιωάννης ο Χρυσόστομος, Γρηγόριος ο Θεολόγος, Μέγας

Φώτιος κ.ά.). Στην περίοδο της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού, το μάθημα εξετάζει την αναβίωση της ελληνικής φιλοσοφίας και την αλληλεπίδρασή της με τον Διαφωτισμό. Σε ό,τι αφορά τη σύγχρονη περίοδο, ο/η εκπαιδευτής/-τρια δύναται να κάνει αναφορά σε σημαντικούς Έλληνες διανοητές και επιστήμονες με διεθνή εμβέλεια κατά τον 19ο και 20ό αιώνα (Καραθεοδωρής, Παπανικολάου, Καστοριάδης κ.ά.).

2.1.Z.5 | ΤΕΧΝΕΣ ΚΑΙ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ

Η μαθησιακή υποενοότητα αποσκοπεί σε μια εκτενή μελέτη της εξέλιξης της ελληνικής καλλιτεχνικής και αρχιτεκτονικής παράδοσης. Ξεκινώντας από την προϊστορική τέχνη των Κυκλάδων, της Μινωικής Κρήτης και της Μυκηναϊκής Ελλάδας, το μάθημα εξετάζει τη γέννηση της ελληνικής τέχνης και τις πρώτες μορφές αρχιτεκτονικής. Η Κλασική περίοδος αναλύεται διεξοδικά, με έμφαση στα μεγάλα έργα της αγγειογραφίας, της γλυπτικής και της αρχιτεκτονικής. Μελετώνται οι διάσημοι ναοί, όπως ο Παρθενώνας, ο ναός του Διός στην Ολυμπία, η Αρχαία Αγορά, το νησί της Δήλου, ο ναός του Επικούριου Απόλλωνα στις Βάσσειες Φιγαλείας κ.ά. Η Ελληνιστική περίοδος εξετάζεται ως μια εποχή εκλεπτυσμένης τέχνης και αρχιτεκτονικής, με εντυπωσιακές δημιουργίες στα μικρασιατικά παράλια, στην Εγγύς Ανατολή και στην Αίγυπτο, όπως ο Βωμός της Περγάμου και η Κρήνη του Απολλώνιου. Ακολουθεί η ρωμαϊκή κατάκτηση και η ενσωμάτωση ελληνικών στοιχείων στη ρωμαϊκή τέχνη και αρχιτεκτονική. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια ενθαρρύνεται να κάνει ειδική αναφορά σε σημαντικά ρωμαϊκά μνημεία, όπως η Βιβλιοθήκη του Αδριανού στην Αθήνα και η Ροτόντα, αλλά και η Αψίδα του Γαλερίου στη Θεσσαλονίκη, η Νικόπολη στην Πρέβεζα κ.ά. Η Βυζαντινή περίοδος αναδεικνύει τη σημαντική εξέλιξη της χριστιανικής τέχνης και αρχιτεκτονικής, με εμβληματικά πρωτοχριστιανικά έργα, όπως η Αγία Σοφία στην Κωνσταντινούπολη, σημαντικούς ναούς της μεσοβυζαντινής περιόδου, όπως η μονή του Οσίου Λουκά και ο ναός της Παναγίας της Καπνικαρέας, καθώς και σημαντικές βυζαντινές τοιχογραφίες και ψηφιδωτά στον ελλαδικό χώρο, στη Ραβέννα της Ιταλίας, στην Κωνσταντινούπολη, στη Μονή της Αγίας Αικατερίνης του Σινά κ.ά. Η μελέτη της νεότερης και σύγχρονης ελληνικής τέχνης και αρχιτεκτονικής περιλαμβάνει την αναβίωση της κλασικής παράδοσης τον 19ο αιώνα, την ανάπτυξη του νεοκλασικισμού και τον μοντερνισμό του 20ού αιώνα.

2.1.Z.6 | ΘΡΗΣΚΕΙΑ ΚΑΙ ΜΥΘΟΛΟΓΙΑ

Η μαθησιακή υποενοότητα προσφέρει μια συνολική αναδρομή στην εξέλιξη των θρησκευτικών πεποιθήσεων και μυθολογικών αφηγήσεων στην Ελλάδα, αναδεικνύοντας τις επιδράσεις τους στην ελληνική πολιτιστική ταυτότητα. Ξεκινώντας από την αρχαιότητα, το μάθημα εξετάζει την πλούσια μυθολογία της Ελλάδας, με έμφαση στους θεούς του Ολύμπου, τους ημίθεους, τους ήρωες και τα μυθικά πλάσματα. Αναλύονται οι κύκλοι των μύθων, όπως της Ιλιάδας και της Οδύσσειας, καθώς και οι θρησκευτικές τελετές και λατρείες που συνδέονται με αυτούς. Η μελέτη συνεχίζεται με την

ανάπτυξη των μυστηριακών θρησκειών και λατρειών, όπως τα Ελευσίνια Μυστήρια και η λατρεία του Διονύσου, καθώς και η επίδρασή τους στη φιλοσοφία και την τέχνη της εποχής. Εξετάζεται η αλληλεπίδραση μεταξύ της μυθολογίας και της καθημερινής ζωής των αρχαίων Ελλήνων, καθώς και ο ρόλος της θρησκείας στις πόλεις-κράτη. Ειδική αναφορά γίνεται στο Μαντείο των Δελφών και το νεκρομαντείο του Αχέροντα. Η Βυζαντινή περίοδος φέρνει σημαντικές αλλαγές με την επικράτηση του Χριστιανισμού. Το μάθημα αναλύει τη μετάβαση από τις παγανιστικές λατρείες στη χριστιανική θρησκεία, τις θεολογικές διαμάχες και την εδραίωση της Ορθοδοξίας ως κεντρικής θρησκευτικής παράδοσης του ελληνικού κόσμου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα αποστολικά χρόνια και τα κηρύγματα του Αποστόλου Παύλου στον ελλαδικό χώρο (Φιλίππους, Άρειο Πάγο, Κόρινθο κ.ά.), πόλο έλξης χριστιανών απ' όλο τον κόσμο, στο νησί της Αποκάλυψης, την Πάτμο, καθώς και στο Άγιο Όρος. Η μαθησιακή υποεπένδυση εξετάζει επίσης τη λαϊκή θρησκεία, τα έθιμα και τις παραδόσεις που συνοδεύουν έως και σήμερα τον εορτασμό των μεγάλων εορτών της Χριστιανοσύνης.

2.1.Ζ.7 | ΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ

Η μαθησιακή υποεπένδυση προσφέρει μια συνολική ανάλυση της εξέλιξης της ελληνικής κοινωνίας και των καθημερινών πρακτικών και εθίμων, καλύπτοντας σημαντικές περιόδους της ιστορίας. Ξεκινώντας από την αρχαιότητα, το μάθημα εξετάζει τις κοινωνικές δομές και τις καθημερινές ασχολίες των αρχαίων Ελλήνων, συμπεριλαμβανομένων των Κυκλαδικών, Μινωικών και Μυκηναϊκών πολιτισμών. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη ζωή στις πόλεις-κράτη της κλασικής περιόδου, όπως η Αθήνα και η Σπάρτη, όπου αναλύονται οι κοινωνικές τάξεις, η εκπαίδευση, η θέση της γυναίκας, οι θρησκευτικές πρακτικές και οι πολιτιστικές και εμπορικές δραστηριότητες. Η Ελληνιστική και η Ρωμαϊκή περίοδος εξετάζονται μέσα από τις αλλαγές στην καθημερινή ζωή λόγω της επέκτασης και της αλληλεπίδρασης με άλλους πολιτισμούς. Κατά τη Βυζαντινή περίοδο, το μάθημα αναλύει τη συνύπαρξη της αρχαίας κληρονομιάς με τις νέες χριστιανικές πρακτικές, καθώς και την εξέλιξη της καθημερινότητας σε ένα πολυπολιτισμικό και θεοκρατικό πλαίσιο. Η περίοδος της Οθωμανικής κυριαρχίας προσφέρει την ευκαιρία για αναφορά στην καθημερινή ζωή στον ελληνικό χώρο, τις αλλαγές στις κοινωνικές δομές, τις παραδόσεις γύρω από σημαντικές στιγμές της κοινωνικής ζωής (γέννα, βάπτισμα, γάμος, θάνατος), τους τρόπους και τα μέσα οικονομικής δραστηριότητας και εμπορίου. Η νεότερη και σύγχρονη περίοδος καλύπτει τη μετεξέλιξη της ελληνικής κοινωνίας από την ίδρυση του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους έως τις σημερινές ημέρες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις κοινωνικές μεταρρυθμίσεις, την αστικοποίηση, την εκπαίδευση, την εργασία, την οικογενειακή ζωή και τις σύγχρονες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η ελληνική κοινωνία. Η μαθησιακή υποεπένδυση συνδυάζει ιστορικές και κοινωνιολογικές προσεγγίσεις, προσφέροντας στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες μια βαθιά κατανόηση της εξέλιξης της ελληνικής κοινωνίας και των καθημερινών πρακτικών από την αρχαιότητα έως σήμερα.

2.1.Ζ.8 | ΜΟΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΧΟΡΟΣ

Η μαθησιακή υποενοότητα παρέχει μια αναλυτική μελέτη της εξέλιξης της μουσικής και του χορού στην Ελλάδα, εξετάζοντας τη σημασία τους στην ελληνική πολιτιστική παράδοση. Ξεκινώντας από την αρχαιότητα, το μάθημα ερευνά τις πρώτες μορφές μουσικής και χορού στις Μινωικές και Μυκηναϊκές κοινωνίες, καθώς και τη σημασία τους στις θρησκευτικές τελετές και τις κοινωνικές εκδηλώσεις. Η κλασική περίοδος αναδεικνύει τη σημασία της μουσικής και του χορού στην καθημερινή ζωή και την εκπαίδευση, με έμφαση στα έργα των μεγάλων ποιητών και μουσικών, όπως ο Όμηρος, ο Πίνδαρος και ο Σαπφώ. Αναλύονται τα μουσικά όργανα της εποχής, όπως η λύρα, ο αυλός και η κιθάρα, καθώς και οι χοροί που συνοδεύουν τις τραγωδίες και τις κωμωδίες του αρχαίου θεάτρου. Η Βυζαντινή περίοδος εξετάζει τη μεταμόρφωση της ελληνικής μουσικής υπό την επιρροή του Χριστιανισμού, με ιδιαίτερη έμφαση στην εκκλησιαστική μουσική και στους ψαλμούς. Ο χορός, επίσης, συνεχίζει να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε θρησκευτικές και κοινωνικές εκδηλώσεις. Η περίοδος της Τουρκοκρατίας και της Ελληνικής Επανάστασης αναλύει την ανθεκτικότητα και την εξέλιξη της παραδοσιακής μουσικής και των χορών, με έμφαση στα δημοτικά τραγούδια και τους χορούς που συνόδευαν τις κοινωνικές και εθνικές εκδηλώσεις. Η νεότερη και σύγχρονη περίοδος καλύπτει την αναβίωση της ελληνικής μουσικής παράδοσης, την ανάπτυξη νέων μουσικών ειδών όπως το ρεμπέτικο, η λαϊκή μουσική και η σύγχρονη έντεχνη μουσική (μπουάτ της Πλάκας) και η ποπ μουσική. Ο χορός, επίσης, αναπτύσσεται με νέες μορφές και συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό μέρος της ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας.

2.1.ΣΤ.9 | ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ

Η μαθησιακή υποενοότητα εξετάζει την εξέλιξη της ελληνικής διατροφής μέσα από τις ιστορικές και κοινωνικές μεταβολές. Αρχικά, αναλύεται η αρχαία ελληνική κουζίνα, όπου η διατροφή βασιζόταν κυρίως σε απλά και φυσικά υλικά, όπως το ελαιόλαδο, το κρασί, τα δημητριακά και το μέλι. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σημασία της διατροφής στη φιλοσοφία και τη λογοτεχνία της εποχής, καθώς και στις τελετουργίες που συνδέονται με το φαγητό. Στη συνέχεια, το μάθημα εστιάζεται στη βυζαντινή περίοδο, όπου οι επιρροές από την Ανατολή εμπλούτισαν τη γαστρονομική παράδοση, εισάγοντας νέα μπαχαρικά και τεχνικές μαγειρικής. Το μάθημα εξετάζει επίσης την περίοδο της οθωμανικής κυριαρχίας και τις ανταλλαγές με άλλους πολιτισμούς που συνέβαλαν στη διαμόρφωση της νεοελληνικής κουζίνας. Στη σύγχρονη εποχή, η ελληνική κουζίνα συνδέεται με αυτό που καθιερώθηκε ως «μεσογειακή διατροφή», η οποία αναγνωρίζεται παγκοσμίως για τα οφέλη της στην υγεία. Η μαθησιακή υποενοότητα διερευνά την εξέλιξη των διατροφικών παραδόσεων στον ελληνικό χώρο, τους ιστορικούς, οικονομικούς, πολιτισμικούς και γεωγραφικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξή τους, καθώς και πώς οι σύγχρονες κοινωνικοπολιτικές αλλαγές, η παγκοσμιοποίηση και η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζουν τη διατροφική κουλτούρα στην Ελλάδα σήμερα.

ρα. Στόχος του/της εκπαιδευτή/-τριας είναι η σύνδεση της διατροφικής κουλτούρας με τις σημαντικότερες και πιο αντιπροσωπευτικές καλλιέργειες του ελλαδικού και νησιωτικού χώρου, προϊόντα και ποικιλίες που συναντώνται μόνο στην Ελλάδα και προστατεύονται από διεθνείς οργανισμούς καλλιέργειας και εμπορίου.

2.1.Ζ.10 | ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟΣ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΒΑ ΤΩΝ ΑΙΩΝΩΝ

Η μαθησιακή υποενότητα εξετάζει την εξέλιξη και την επίδραση του ελληνισμού εκτός της κυρίως Ελλάδας, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Ξεκινά με την εξάπλωση του ελληνικού πολιτισμού κατά την κλασική περίοδο, όταν οι Έλληνες ίδρυσαν αποικίες σε όλη τη Μεσόγειο και τη Μαύρη Θάλασσα. Η περίοδος του Μεγάλου Αλεξάνδρου είναι καίριας σημασίας, καθώς ο ελληνιστικός πολιτισμός εξαπλώθηκε μέχρι την Ασία, δημιουργώντας ένα δίκτυο πολιτιστικής και εμπορικής ανταλλαγής. Το Βυζάντιο συνέβαλε στη διατήρηση του ελληνικού πνεύματος και στην ενίσχυση της ορθόδοξης πίστης, επηρεάζοντας τις ελληνικές κοινότητες στη Μικρά Ασία, τα Βαλκάνια και τη Μέση Ανατολή. Με την οθωμανική κυριαρχία, οι Έλληνες διασκορπίστηκαν σε νέες παροικίες, ιδίως στη Δυτική Ευρώπη, αναπτύσσοντας εμπορικές δραστηριότητες και διατηρώντας την πολιτιστική τους ταυτότητα. Κατά τον 19ο και 20ό αιώνα, οι μαζικές μεταναστεύσεις προς τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Αυστραλία και άλλες χώρες δημιούργησαν νέες διασπορικές κοινότητες. Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από τη διατήρηση της ελληνικής ταυτότητας μέσω της εκπαίδευσης, της γλώσσας και των πολιτιστικών εκδηλώσεων παρά τις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης. Η μαθησιακή υποενότητα εξετάζει τη διαχρονική σύνδεση των Ελλήνων της διασποράς με τη μητροπολιτική Ελλάδα και τη συμβολή τους στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά. Προσφέρει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της ελληνικής παρουσίας ανά τον κόσμο, αναδεικνύοντας τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές πτυχές που διαμόρφωσαν αυτό που ονομάζουμε οικουμενικός παροικιακός ελληνισμός.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αρβελέρ, Ε. (2007). *Γιατί το Βυζάντιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
2. Κιτρομηλίδης, Π. Μ. (1996). *Νεοελληνικός Διαφωτισμός. Οι πολιτικές και κοινωνικές ιδέες*. Αθήνα: Εκδόσεις ΜΙΕΤ.
3. Συλλογικό Έργο. (1970-2000). *Ιστορία του Ελληνικού Έθνους* (τόμοι Α' -ΙΣΤ'). Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών.
4. Βερέμης, Θ. & Κολιόπουλος, Ι. (2010). *Νεότερη Ελλάδα: Μια ιστορία από το 1821*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Συμπληρωματικές

1. Αυδίκος, Ε. (2009). *Εισαγωγή στον λαϊκό πολιτισμό. Λαογραφίες, λαϊκοί πολιτισμοί, ταυτότητες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Μοσκόφ, Κ. (1972). *Εθνική και κοινωνική συνείδηση στην Ελλάδα: Η ιδεολογία του μεταπρατικού χώρου – Ιστορική μελέτη*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Νέα Πορεία.

2.1.Η • ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τις βασικές χρήσεις του ηλεκτρονικού υπολογιστή σε πρακτικό επίπεδο. Η ενότητα έχει τη μορφή εργαστηρίου, και παρουσιάζονται βασικές εφαρμογές χρήσης, προετοιμασίας και επεξεργασίας αρχείων κειμένου. Επικεντρώνεται στην ορθή και αποτελεσματική χρήση του διαδικτύου μέσω μηχανών αναζήτησης και προγραμμάτων περιήγησης, καθώς και στη χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Επιπροσθέτως, παρουσιάζονται η χρήση και η επεξεργασία ψηφιακών αρχείων σε περιβάλλον εργασίας (π.χ. υπολογιστικά φύλλα εργασίας).

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Πραγματοποιούν αναζητήσεις στο Διαδίκτυο αξιοποιώντας αποτελεσματικά τα σχετικά εργαλεία,
- Συντάσσουν αρχεία κειμένου και υπολογιστικά φύλλα εργασίας με τη χρήση των σχετικών εφαρμογών γραφείου,
- Επεξεργάζονται δεδομένα και πληροφορίες που περιλαμβάνονται σε ψηφιακά αρχεία όλων των τύπων,

- Οργανώνουν με αποτελεσματικό τρόπο ψηφιακά αρχεία ώστε να είναι εύκολα προσβάσιμα στο μέλλον,
- Συντάσσουν μηνύματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας με τη χρήση διαφορετικών εφαρμογών,
- Υιοθετούν τις σωστές αρχές χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του διαδικτύου με βάση την επαγγελματική δεοντολογία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Υλικό υπολογιστή / Χρήση λειτουργικού συστήματος / Διαχείριση φακέλων / Μορφοποίηση κειμένων / Επεξεργασία υπολογιστικών αρχείων / Δημιουργία παρουσιάσεων / Επικοινωνία μέσω διαδικτύου / Διαδικτυακά αποθετήρια / Υπηρεσίες διαμοιρασμού / Υπολογιστικό νέφος / Προσωπικά δεδομένα / Επεξεργασίες αρχείων εικόνας, ήχου, βίντεο.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
2	ΧΡΗΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΤΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ
3	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ
4	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ
5	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ
6	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Η.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Η υποενότητα «Βασικές έννοιες πληροφορικής» εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στον κόσμο της πληροφορικής και των υπολογιστών, παρέχοντας τις βάσεις για την κατανόηση των βασικών αρχών και διαδικασιών που διέπουν τους υπολογιστές και τα συστήματα πληροφορικής. Αρχικά, παρουσιάζονται τα βασικά εξαρτήματα του υπολογιστή και οι περιφερειακές συσκευές, με ιδιαίτερη έμφαση στα διάφορα είδη εκτυπωτών που είναι απαραίτητοι στους επαγγελματίες του κλάδου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν επίσης για τα διαφορετικά λειτουργικά συστήματα που υπάρχουν και τα χαρακτηριστικά και τις βασικές επιλογές καθενός από αυτά. Μαθαίνουν τις βασικές λειτουργίες των Windows και/ή κάποιας έκδοσης Linux που αποτελούν τα πιο διαδεδομένα λειτουργικά συστήματα. Αναφέρονται τα κριτήρια επιλογής νέου υπολογιστή με βάση τις ανά-

γκες ενός χρήστη ή μιας επιχείρησης. Για την οργάνωση του ηλεκτρονικού αρχείου, είναι σημαντικό να έχει γίνει κατανόηση του τρόπου λειτουργίας φακέλων στο λειτουργικό σύστημα στην παρούσα υποενότητα, ώστε να παρουσιαστούν τρόποι αποτελεσματικής αρχειοθέτησης με βάση το έτος, το έργο κ.λπ. Η έννοια της συμπίεσης αρχείων και σχετικά λογισμικά παρουσιάζονται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες. Γίνεται, επίσης, εξήγηση του τρόπου χρήσης εξωτερικών συσκευών αποθήκευσης για λήψη αντιγράφων αρχείων και γίνεται αναφορά και σε λογισμικό διαχείρισης εκδόσεων αρχείων. Σημαντικό τμήμα της υποενότητας αποτελεί η διαχείριση φακέλων και αρχείων μέσω του λειτουργικού συστήματος. Διδάσκονται οι βασικές επιλογές δημιουργίας φακέλων και η χρήση τους μέσα από το λειτουργικό σύστημα. Οι τύποι των αρχείων, οι επιλογές των παραθύρων διαχείρισης και οι λειτουργίες αντιγραφής, αποκοπής, μετονομασίας και δημιουργίας αρχείων παρουσιάζονται. Χρησιμοποιούνται κλασικές εφαρμογές όπως το σημειωματάριο, η υπολογιστική μηχανή, η δημιουργία αποσπασμάτων κ.ά.

2.1.Η.2 | ΧΡΗΣΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΤΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

Η τρέχουσα υποενότητα έχει ως βασικό στόχο να εξοικειώσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις λειτουργίες των προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένου Microsoft Word και OpenOffice Writer. Παρουσιάζονται και οι διαδικτυακές εκδόσεις των λογισμικών. Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν έγγραφα, επεξεργάζονται και μορφοποιούν κείμενα, υλοποιούν βασικές εργασίες όπως η αντιγραφή, η αποκοπή, η επικόλληση, η διαγραφή και η αναζήτηση και αντικατάσταση. Επιπλέον, εξασκούνται στις βασικές δυνατότητες μορφοποίησης κειμένου και παραγράφων. Χρησιμοποιούν τις λειτουργίες αποθήκευσης, ανοίγματος και εκτύπωσης εγγράφων. Τροποποιούν, αλλά και διορθώνουν, υπάρχοντα κείμενα και δημιουργούν νέα με χρήση των κατάλληλων επιλογών από τα μενού. Στη συνέχεια, η διδασκαλία επικεντρώνεται στη διαμόρφωση του κειμένου, με την εφαρμογή διαφόρων στυλ κειμένου, τη δημιουργία τίτλων, τη διαμόρφωση παραγράφων, τη χρήση λιστών και τη διαχείριση πινάκων, καθώς και την εισαγωγή εικόνων και γραφικών στοιχείων. Καλύπτονται θέματα όπως η δημιουργία υποσημειώσεων, η διαμόρφωση σελίδας, οι επιλογές εκτύπωσης και οι διαφορετικές προβολές. Η δημιουργία εγγράφων από έτοιμα πρότυπα που υπάρχουν ήδη στον επεξεργαστή κειμένου ή αναζητούνται στο Διαδίκτυο. Η αρίθμηση σελίδων και οι δυνατότητες διαμόρφωσης κεφαλίδων και υποσελίδων αναλύονται. Επιπρόσθετα, διδάσκονται θέματα όπως η δημιουργία πλαισίων, η χρήση SmartArt και οι διάφοροι τρόποι τοποθέτησης σε σχέση με το κείμενο. Η εισαγωγή σχολίων, η παρακολούθηση αλλαγών στο κείμενο και η διαμόρφωση κειμένου σε στήλες είναι επιπλέον θέματα που διδάσκονται στη μαθησιακή υποενότητα.

2.1.Η.3 | ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΦΥΛΛΑ

Η μαθησιακή υποενότητα «Επεξεργασία δεδομένων με υπολογιστικά φύλλα» εστιάζεται στην εκμάθηση τεχνικών που αφορούν τη διαχείριση δεδομένων μέσω υπο-

λογιστικών φύλλων, προσφέροντας βασικές δεξιότητες για την αποτελεσματική επεξεργασία πληροφοριών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα βασικά στοιχεία των υπολογιστικών φύλλων, όπως η δημιουργία, αποθήκευση και άνοιγμα βιβλίων εργασίας, καθώς και η διαχείριση φύλλων εργασίας. Η εισαγωγή γραμμών και στηλών, η διαχείριση και μορφοποίηση κελιών, στηλών και γραμμών αποτελούν βασική θεματολογία. Παράλληλα, δίνεται έμφαση στον υπολογισμό τιμών με τύπους και με τη χρήση αριθμητικών και λογικών συναρτήσεων, καθώς και η δημιουργία και διαχείριση διαγραμμάτων, γραφικών και πινάκων για την απεικόνιση δεδομένων. Κατανοούν την έννοια των απόλυτων και των σχετικών αναφορών και τις δυνατότητες συμπλήρωσης κελιών με τύπους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με τη χρήση φίλτρων και λειτουργιών αναζήτησης για την εξαγωγή συγκεκριμένων πληροφοριών από μεγάλα σύνολα δεδομένων. Οι επιλογές, ο προσανατολισμός εκτύπωσης και οι επιλογές διαμόρφωσης των φύλλων εργασίας παρουσιάζονται, ώστε να μπορούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εκτυπώνουν πολύπλοκα δεδομένα. Επιπρόσθετα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να δημιουργούν γραφήματα και να τα μορφοποιούν. Εισάγουν σχήματα και SmartArt γραφικά για να παρουσιάσουν δεδομένα τουριστικού χαρακτήρα. Μέσω αυτών των τεχνικών θεμάτων, αποκτούν την ικανότητα να διαχειρίζονται, αναλύουν και παρουσιάζουν δεδομένα με ακρίβεια και επαγγελματισμό, βελτιώνοντας έτσι τις δεξιότητές τους στον τομέα της επεξεργασίας και της παρουσίασης δεδομένων.

2.1.Η.4 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΩΝ

Η μαθησιακή υποεπενότητα «Δημιουργία παρουσιάσεων» αποτελεί σημαντική πτυχή της χρήσης εφαρμογών γραφείου, εστιάζοντας στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων παρουσίασης πληροφοριών με θελκτικό τρόπο. Τα θέματα που κρίνεται αναγκαίο να διδαχθούν σε αυτό το πλαίσιο αντικατοπτρίζουν την ανάγκη για δημιουργική προσέγγιση και αποτελεσματική παρουσίαση πληροφοριών επιχειρηματικού ενδιαφέροντος. Αρχικά, γίνεται εισαγωγή στη σημασία των παρουσιάσεων στον σύγχρονο κόσμο, με καθορισμό των στόχων της παρουσίασης και των οφελών από την αποτελεσματική εμφάνιση των πληροφοριών. Γίνεται επεξήγηση και χρήση των διαφορετικών δομικών στοιχείων μιας παρουσίασης, όπως διαφάνειες, διαγράμματα, γραφικά και ενσωμάτωση βίντεο. Υπάρχει σύντομη αναφορά στις κοινές λειτουργίες των εργαλείων γραφείου, π.χ. άνοιγμα, αποθήκευση. Στη συνέχεια, εστιάζεται στις επιλογές εκτύπωσης, χρήσης θεμάτων, εφέ μετάβασης και σε αναζήτηση και χρήση εξωτερικών προτύπων σχεδίασης. Είναι σημαντικό να επιδειχθούν έτοιμες παρουσιάσεις εστιασμένες στους επαγγελματικούς τομείς των εκπαιδευόμενων και να βοηθήσουν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να δημιουργούν οπτικά ευχάριστες παρουσιάσεις που παρουσιάζουν με οπτικό και εύληπτο τρόπο πολύπλοκα δεδομένα. Η έννοια της δομής και του ρυθμού μιας παρουσίασης αναλύονται, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μάθουν να οργανώνουν τις πληροφορίες τους με λογική σειρά, προκειμένου να δια-

τηρούν το ενδιαφέρον του κοινού. Στο πλαίσιο της μαθησιακής υποεπάρκειας, προτείνεται να δημιουργηθούν παρουσιάσεις σε μικρές ομάδες εκπαιδευομένων για κάποιο θέμα, ώστε να γίνει βιωματική προσέγγιση των διδασκομένων θεμάτων.

2.1.Η.5 | ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Με την ταχεία εξέλιξη της τεχνολογίας, είναι αναγκαίο να κατανοήσουν οι καταρτιζόμενοι/-ες τα πλεονεκτήματα και τους κινδύνους που σχετίζονται με τα διαδικτυακά εργαλεία. Είναι απαραίτητο να μάθουν πώς να πλοηγούνται με ασφάλεια στο Διαδίκτυο, να αναγνωρίζουν πηγές αξιόπιστης πληροφόρησης και να αναπτύσσουν κριτική σκέψη σε σχέση με τις πληροφορίες που συναντούν online. Επίσης, εξετάζονται ηθικά ζητήματα που συνδέονται με την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια στο Διαδίκτυο. Αναζητούνται ιστοσελίδες τουριστικού περιεχομένου και γίνεται μελέτη των τεχνικών τους δυνατοτήτων. Επιπρόσθετα, τεχνικά θέματα, όπως η αγορά domain και η δημιουργία ιστοσελίδας ή blog, είναι σημαντικό να συζητηθούν, ώστε οι καταρτιζόμενοι/-ες να γνωρίζουν τις τεχνικές απαιτήσεις και τα οφέλη της παρουσίας τους στο Διαδίκτυο. Θέματα σχετικά με τα προσωπικά δεδομένα και τον Γενικό Κανονισμό για την Προστασία των Δεδομένων (ΓΚΠΔ) είναι σημαντικά. Σε πρακτικό επίπεδο μαθαίνουν να διαχειρίζονται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στέλνοντας απλά μηνύματα και μηνύματα με επισυνάψεις. Γίνεται αναφορά σε κανόνες δεοντολογίας στην αποστολή μηνυμάτων, αλλά και σε πρακτικά θέματα που σχετίζονται με το μέγεθος των επισυνάψεων. Γίνεται χρήση διαδικτυακών υπηρεσιών για διαμοιρασμό πληροφοριών και συνεργασία. Παρουσιάζονται υπηρεσίες όπως τα Έγγραφα Google, το Dropbox, το WeTransfer, οι υπηρεσίες συντόμευσης διαδικτυακών διευθύνσεων (URL shorteners) και υπηρεσίες επεξεργασίας αρχείων PDF. Στη συνέχεια υπάρχει αναφορά σε αποθετήρια εικόνων όπως το Unsplash και το Freepik και άλλα παρόμοια αποθετήρια, για χρήση εικόνων σε αναρτήσεις.

2.1.Η.6 | ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Στη συγκεκριμένη υποεπάρκεια μαθαίνουν για διάφορους τύπους αρχείων, κυρίως εικόνες, ήχους και βίντεο. Παρουσιάζονται τα βασικά αρχεία, π.χ. εικόνες PNG και JPG, αρχεία ήχου MP3 και αρχεία βίντεο AVI και MP4. Αναφέρονται οι βασικές ιδιότητες των αρχείων, θέματα κωδικοποίησης και συμπίεσης και κάποιες διαδικτυακές υπηρεσίες επεξεργασίας αρχείων, όπως π.χ. η Pixlr, το Free Video Cutter Joiner και άλλες παρόμοιες υπηρεσίες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκτελούν απλές επεξεργασίες, όπως αλλαγή μεγέθους, συμπίεση, συνδυασμό αρχείων κ.λπ. Η δημιουργία infographics με τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων αποτελεί ένα άλλο σημαντικό κομμάτι της ενότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να χρησιμοποιούν πλατφόρμες όπως το Piktochart ή το Infogram για να παρουσιάζουν δεδομένα και πληροφορίες με έναν οπτικά ελκυστικό και κατανοητό τρόπο. Θέματα όπως chatbots, η τεχνητή νοημοσύνη, τα υπολογιστικά νέφη, η εικονική πραγματικότητα (VR), η επαυξημένη πραγματικότητα (AR),

οι προσαρμοστικές τεχνολογίες κ.λπ. πρέπει να συζητηθούν κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης. Προτείνεται οι εκπαιδευτές/-τριες να καθοδηγούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναζητούν θέματα σχετικά με την τεχνολογία στον τουρισμό και να τα συζητούν στο πλαίσιο του εργαστηρίου. Είναι σημαντικό να δίνονται σύντομες εργασίες στις οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν κάποιες από τις υπηρεσίες που θα αναφερθούν στο μάθημα και τα εξειδικευμένα χαρακτηριστικά τους. Επιπρόσθετα, μπορούν να παρουσιαστούν ψηφιακές κοινότητες, συνέδρια και εκπαιδευτικές δράσεις που εστιάζονται στον τουρισμό, αλλά και οι υπηρεσίες του Gov.gr.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Συλλογικό έργο. (2021). *7+1 Ελληνικά Microsoft Windows 10 - Office 2019/365*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
2. Δρόσος, Δ., Βουγιούκας, Δ., Καλλίγερος, Ε., Κοκολάκης, Σ. & Σκιάνης, Χ. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών & επικοινωνιών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από:
<https://hdl.handle.net/11419/4582>

Συμπληρωματικές

1. Δαγδιλέλης, Β., Ευαγγελίδης, Γ., Σατρατζέμη, Μ. & Φαχαντίδης, Ν. (2016). *Εισαγωγή στη χρήση Η/Υ*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.
2. Ξαρχάκος, Κ. & Καρολίδης, Δ. (2023). *Μαθαίνετε εύκολα Microsoft Office 2021*. Αθήνα: Εκδόσεις Άβακας.

2.1.Θ • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Α΄

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η πρακτική επαφή με τουριστικά γραφεία μέσα από επισκέψεις σε σχετικούς επαγγελματικούς χώρους και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Πραγματοποιούνται εργαστηριακές ασκήσεις στον χώρο εκπαίδευσης διαθεματικού περιεχομένου, σχετικού με τις μαθησιακές ενότητες του πρώτου (1ου) εξαμήνου. Ως εκ τούτου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασκούνται σε πρακτικό επίπεδο με αντικείμενα όπως η οργάνωση και λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου, η χρήση και επεξεργασία ηλεκτρονικών αρχείων, οι αρχές τουρισμού, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, το οργανωτικό πλαίσιο των επιχειρήσεων κ.ά.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν το οργανωτικό και λειτουργικό πλαίσιο ενός τουριστικού γραφείου μέσω επισημάνσεων των προκλήσεων και των ιδιαιτεροτήτων που τυχόν προκύπτουν κατά την καθημερινή λειτουργία του,
- Ερμηνεύουν την αναγκαιότητα της ορθολογικής διαχείρισης όλων των τμημάτων ενός τουριστικού γραφείου με σκοπό τη μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών/-ισσών,
- Αξιοποιούν την τουριστική ορολογία στην εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών κατά την άσκηση των καθηκόντων τους στο διεθνές περιβάλλον ενός τουριστικού γραφείου,
- Κάνουν χρήση εννοιών όπως ο ελληνικός πολιτισμός, η πολιτιστική κληρονομιά, οι τουριστικοί φορείς, οι τουριστικές υπηρεσίες, μέσω συλλογικών μαθησιακών δραστηριοτήτων,
- Απορρίπτουν κάθε μορφή μη επαγγελματικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένων δράσεων που συμβάλλουν σε διακρίσεις, κινδύνους υγείας και ασφάλειας για αυτούς/-ές, τους/τις συναδέλφους και τους/τις πελάτες/-ισσες της επιχείρησης,
- Συνεργάζονται με συναδελφικότητα και ομαδικό πνεύμα εντός της επιχείρησης, αλλά και με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων,
- Εκτιμούν τις ανάγκες των πελατών/-ισσών ενός τουριστικού γραφείου,
- Ανταποκρίνονται έγκαιρα και αποτελεσματικά κατά την άσκηση των καθηκόντων τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστικά γραφεία / Πρακτικές δεξιότητες / Οργάνωση τουριστικού γραφείου / Αρχές τουρισμού / Ελληνικός πολιτισμός / Ψηφιακά εργαλεία / Λογισμικά / Οργανωτικό πλαίσιο / Επίλυση προβλημάτων / Ανάγκες πελατών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
2	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
3	ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
4	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
5	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ
6	ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Κείμενο αναφοράς

2.1.Θ.1 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν το οργανωτικό και λειτουργικό πλαίσιο ενός τουριστικού γραφείου, επισημαίνοντας τις προκλήσεις και τις ιδιαιτερότητες που προκύπτουν στην καθημερινή λειτουργία του. Εξετάζουν τις δομές και τις διαδικασίες που είναι κρίσιμες για την ομαλή λειτουργία του γραφείου. Αυτό περιλαμβάνει την κατανόηση της ιεραρχίας, των αρμοδιοτήτων και των ρόων εργασίας μέσα στο γραφείο. Οι γνώσεις αυτές είναι θεμελιώδεις για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ένα τουριστικό γραφείο οργανώνεται και λειτουργεί. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τον εντοπισμό των προκλήσεων που προκύπτουν κατά την καθημερινή λειτουργία, όπως η διαχείριση των κρατήσεων, η εξυπηρέτηση πελατών και η επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων. Οι δεξιότητες που αναπτύσσουν τους επιτρέπουν να αναγνωρίζουν προβλήματα και να προτείνουν λύσεις, συμβάλλοντας έτσι στην αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται στην κατανόηση των διαφόρων τμημάτων ενός τουριστικού γραφείου, όπως το τμήμα πωλήσεων, το τμήμα κρατήσεων και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών. Δίνουν προσοχή στις καθημερινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν αυτά τα τμήματα, όπως η διαχείριση της πελατείας, οι αλλαγές στις κρατήσεις και οι απαιτήσεις των πελατών. Η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες και η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων βοηθούν σημαντικά. Η δημιουργία διαγραμμάτων ροής εργασίας και η μελέτη της καθημερινής λειτουργίας διαφόρων τουριστικών γραφείων μπορεί επίσης να είναι πολύτιμη. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασκούνται σε σενάρια επίλυσης προβλημάτων που αντιμετωπίζουν καθημερινά τα τουριστικά γραφεία, συμμετέχουν σε παιχνίδια ρόλων που προσομοιώνουν την αλληλεπίδραση με τους πελάτες και αναλύουν επιτυχημένες πρακτικές διαχειρίσεις από πραγματικά παραδείγματα της βιομηχανίας.

2.1.Θ.2 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη σημασία της καλής διαχείρισης όλων των τμημάτων ενός τουριστικού γραφείου για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Εξετάζουν τρόπους βελτίωσης της εσωτερικής επικοινωνίας και του συντονισμού μεταξύ των τμημάτων, κάτι που είναι κρίσιμο για την αποφυγή παρεξηγήσεων και την εξασφάλιση της αρμονικής συνεργασίας. Η καλή διαχείριση της συμπεριφοράς και η αποτελεσματική επικοινωνία είναι δεξιότητες που επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εξυπηρετούν καλύτερα τους πελάτες και να εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Μπορούν να αναγνωρίζουν προβλήματα επικοινωνίας και να προτείνουν λύσεις, βελτιώνοντας έτσι την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αυτό οδηγεί σε μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών και σε καλύτερες επαγγελματικές σχέσεις μέσα στο γραφείο. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται στην κατανόηση των αναγκών των πελατών και στον τρόπο με τον οποίο κάθε τμήμα

του γραφείου συμβάλλει στην ικανοποίηση αυτών των αναγκών. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοούν τις δυναμικές της ομάδας και πώς μπορούν να βελτιώσουν τη συνεργασία μεταξύ των συναδέλφων. Δίνουν προσοχή στις διαφορές που μπορεί να υπάρχουν στις ανάγκες των πελατών από διαφορετικές αγορές και πολιτισμικά υπόβαθρα, προσαρμόζοντας ανάλογα την προσέγγισή τους. Η συμμετοχή σε παιχνίδια ρόλων και προσομοιώσεις βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοούν τις δυναμικές της ομάδας. Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε σενάρια πραγματικής ζωής, αντιμετωπίζοντας προκλήσεις που μπορεί να προκύψουν στην καθημερινή λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου.

2.1.Θ.3 | ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την αξιοποίηση της τουριστικής ορολογίας στην εξυπηρέτηση των πελατών, ιδιαίτερα στο διεθνές περιβάλλον ενός τουριστικού γραφείου. Αποκτούν δεξιότητες επικοινωνίας που είναι κρίσιμες για την αποτελεσματική και επαγγελματική αλληλεπίδραση με τους πελάτες. Αυτό περιλαμβάνει τη σωστή χρήση λέξεων και φράσεων που είναι απαραίτητες για την κατανόηση και επίλυση των αναγκών των πελατών. Επιπλέον, επικοινωνούν με σαφήνεια και ακρίβεια, αποφεύγοντας παρεξηγήσεις που μπορεί να προκύψουν λόγω γλωσσικών διαφορών. Η χρήση της κατάλληλης ορολογίας είναι κρίσιμη για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους πελάτες. Οι δεξιότητες επικοινωνίας που αναπτύσσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τους επιτρέπουν να επικοινωνούν αποτελεσματικά και να προωθούν τις υπηρεσίες του γραφείου σε πελάτες από διάφορες χώρες. Καθώς η τουριστική βιομηχανία είναι διεθνής, η ικανότητα να κατανοούν και να χρησιμοποιούν σωστά την τουριστική ορολογία τους δίνει ένα σημαντικό πλεονέκτημα στην επαγγελματική τους σταδιοδρομία. Εστιάζεται η προσοχή των εκπαιδευομένων στην εκμάθηση της τουριστικής ορολογίας και στη χρήση της σε πραγματικά σενάρια εξυπηρέτησης πελατών. Πρέπει επίσης να εξασκούνται στην κατανόηση της προφοράς και των διαφορών πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων που μπορεί να επηρεάσουν την επικοινωνία. Η πρακτική εξάσκηση με τη χρήση τουριστικών όρων μέσω προσομοιώσεων και ρόλων πελάτη-υπαλλήλου είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική. Επιπλέον, η χρήση εργαλείων εκμάθησης γλώσσας, όπως εφαρμογές και διαδικτυακές πλατφόρμες, ενισχύει τις γνώσεις τους. Η ανάγνωση τουριστικών οδηγιών και άρθρων, καθώς και η συμμετοχή σε εργαστήρια ή σεμινάρια σχετικά με την τουριστική επικοινωνία, βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν τις αναγκαίες δεξιότητες και να ενισχύσουν την αυτοπεποίθησή τους στην επαγγελματική αλληλεπίδραση.

2.1.Θ.4 | ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Κατά τη διάρκεια αυτής της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν εκτενώς τον ελληνικό πολιτισμό, ανακαλύπτοντας την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της χώρας και εξερευνώντας τις τουριστικές υπηρεσίες μέσα από δραστηρι-

ότητες που ενθαρρύνουν τη συλλογική ανταλλαγή ιδεών και γνώσεων. Αναφορικά με τον ελληνικό πολιτισμό, εξετάζουν την ιστορία, τα έθιμα, την τέχνη και τον πολιτιστικό πλούτο της χώρας. Αναλύουν τη σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και της προώθησής της στον τουρισμό. Οι γνώσεις που αποκτούν είναι ουσιώδεις για την επιτυχημένη προώθηση του ελληνικού τουρισμού. Καθώς η Ελλάδα αποτελεί προορισμό με πλούσιο πολιτισμό και ιστορία, η κατανόηση της πολιτιστικής της κληρονομιάς βοηθά στη δημιουργία ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών που αντιπροσωπεύουν τον πλούτο αυτόν. Εστιάζεται η προσοχή των εκπαιδευόμενων στην κατανόηση της αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας και στη σημασία της ορθής προβολής της. Ενώ η πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κίνητρο για τον τουρισμό, η κατάλληλη προώθησή της απαιτεί ευαισθησία και κατανόηση. Για να εμβαθύνουν στη γνώση και την κατανόηση της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε πολιτιστικά προγράμματα και επισκέψεις σε μνημεία και μουσεία που αντιπροσωπεύουν τον ελληνικό πολιτισμό. Αυτές οι πρακτικές εμπειρίες ενισχύουν την κατανόησή τους και τους επιτρέπουν να αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς στον τουρισμό.

2.1.Θ.5 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ

Το θέμα της επαγγελματικής συμπεριφοράς είναι κρίσιμο για την επιτυχία ενός τουριστικού γραφείου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν τη δυνατότητα να αναγνωρίζουν και να απορρίπτουν κάθε μορφή μη επαγγελματικής συμπεριφοράς, εστιάζοντας στις δράσεις που ενδέχεται να προκαλέσουν διακρίσεις, κινδύνους υγείας ή ασφάλειας. Κατανοώντας τη σημασία αυτών των πτυχών, οι μελλοντικοί επαγγελματίες του τουρισμού μπορούν να διατηρούν τη φήμη και την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Η σύνδεση αυτών των δεξιοτήτων με την ειδικότητά τους είναι αναγκαία, γιατί ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις σχέσεις με το κοινό. Η επαγγελματική συμπεριφορά επηρεάζει την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των πελατών, καθορίζοντας την επιτυχία της επιχείρησης. Στα σημεία προσοχής περιλαμβάνεται η ανάγκη για συνεχή βελτίωση των δεξιοτήτων δεοντολογίας και επαγγελματισμού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να είναι ευαισθητοποιημένοι σχετικά με τα ηθικά και επαγγελματικά πρότυπα που πρέπει να τηρούν στον χώρο εργασίας τους. Για την πρακτική μελέτη και εξάσκηση, προτείνεται η ανάλυση πραγματικών περιστατικών που περιγράφουν παραβιάσεις ηθικών αρχών ή προβλήματα στην επαγγελματική συμπεριφορά. Η συζήτηση για τις συνέπειες αυτών των πράξεων μπορεί να διδάξει στους μελλοντικούς επαγγελματίες την αξία της ηθικής και επαγγελματικής συμπεριφοράς στον τομέα του τουρισμού.

2.1.Θ.6 | ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΜΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Σε αυτή την υποενότητα οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν πολύτιμες πρακτικές εμπειρίες μέσω άμεσης επαφής με τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία, τουριστικά αξιοθέατα

και άλλους επαγγελματικούς χώρους σχετικούς με τον τουρισμό. Κατά τη διάρκεια αυτών των επισκέψεων, έχουν την ευκαιρία να παρακολουθούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων αυτών σε πραγματικό χρόνο, να αλληλοεπιδρούν με επαγγελματίες του κλάδου και να βλέπουν πώς εφαρμόζονται οι θεωρητικές γνώσεις στην πράξη. Αυτή η εμπειρία τους επιτρέπει να κατανοούν τις πραγματικές προκλήσεις και απαιτήσεις του τομέα του τουρισμού. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσουν κατά τη διάρκεια αυτών των επισκέψεων είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους ανάπτυξη. Η άμεση επαφή με τους επαγγελματικούς χώρους τους βοηθά να συνδέουν τη θεωρία με την πρακτική, να εξοικειώνονται με τις καθημερινές διαδικασίες και τις βέλτιστες πρακτικές του κλάδου και να κατανοούν καλύτερα τις απαιτήσεις και τις προσδοκίες των πελατών. Επιπλέον, αναπτύσσουν δεξιότητες επικοινωνίας, ομαδικής εργασίας και επίλυσης προβλημάτων που είναι απαραίτητες για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους. Τα σημεία προσοχής στα οποία εστιάζονται περιλαμβάνουν την παρατήρηση των διαδικασιών εξυπηρέτησης πελατών, τη διαχείριση κρίσεων και την τήρηση των πρωτοκόλλων υγιεινής και ασφάλειας. Συνιστάται επίσης να δίνουν προσοχή στις λεπτομέρειες που κάνουν τη διαφορά στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να καταγράφουν σημειώσεις κατά τη διάρκεια των επισκέψεων και να συμμετέχουν ενεργά σε συζητήσεις με τους επαγγελματίες του κλάδου. Η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) και η συμμετοχή σε εργαστηριακές ασκήσεις στον χώρο εκπαίδευσης ενισχύουν την κατανόησή τους και τους βοηθούν να εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε πρακτικά σενάρια.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Λαλούμης, Δ. (2021). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
2. Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά γραφεία: ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken, New Jersey: Εκδόσεις John Wiley & Sons.
2. Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Παπαθεοδώρου, Α., Σκούλτσος, Σ. & Πρωΐου, Ε. (2014). *3η διδακτική ενότητα: οι βασικές αρχές και οι νέες τάσεις στην οργάνωση και διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων*. Χίος: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ανακτήθηκε από: http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2194/2/2194_3%ce%b7%20%ce%94%ce%95.pdf

2.2 • ΕΞΑΜΗΝΟ Β΄

2.2.A • ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να ωθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να γνωρίσουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της αγγλικής γλώσσας, καθώς και τα χαρακτηριστικά της προφορικής επικοινωνίας. Ειδικότερα, παρουσιάζονται ο γραπτός και ο προφορικός λόγος της αγγλικής γλώσσας σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές συνθήκες που σχετίζονται με τον τουρισμό και τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της αγγλικής γλώσσας,
- Αφηγούνται ένα απλό και σύντομο κείμενο στα αγγλικά,
- Παράγουν σημειώσεις και μηνύματα στην αγγλική γλώσσα με απλό και σύντομο τρόπο,
- Επαληθεύουν τις γνώσεις τους στην αγγλική γλώσσα μέσω επαγγελματικών δραστηριοτήτων,
- Διαχειρίζονται μια συνομιλία στην αγγλική γλώσσα σχετική με τον τουρισμό και τις υπηρεσίες του τουριστικού γραφείου,
- Χρησιμοποιούν στις συζητήσεις δημοφιλείς εκφράσεις και λέξεις, οι οποίες αφορούν κοινωνικά συμφραζόμενα, όπως το άτομο, την οικογένεια, τις αγορές, την εργασία κ.ά., μέσω συζητήσεων,
- Αποδέχονται την αγγλική γλώσσα ως κύριο εργαλείο επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα κατά την άσκηση των καθηκόντων τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Communication tools / Everyday conversation / Grammatical and syntactic structures / Narration / Notes and messages / Phone conversation / Popular words and phrases / Small talk / Social context / Tourism-related conversation / Travel agency.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
2	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
3	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
4	ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ
5	ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ
6	ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.2.A.1 | ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με το λεγόμενο “small talk”, δηλαδή τη συνήθεια που υπάρχει στις περισσότερες αγγλόφωνες χώρες, κατά την οποία οι άνθρωποι πιάνουν κουβέντα με αγνώστους σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα, για θέματα της καθημερινότητας που θεωρούνται ουδέτερα. Μέσα από τη μελέτη κειμένων με διαλόγους στα αγγλικά, αναγνωρίζονται τα θέματα που πρέπει να αποφεύγονται και εκείνα που θεωρούνται αποδεκτά. Με αυτόν τον τρόπο, ενθαρρύνεται η έναρξη της συζήτησης με πελάτες/-ισσες, μέσω της εξοικείωσης με τη χρήση δημοφιλών αγγλικών φράσεων και λέξεων που δεν συναντώνται συνήθως σε τυπικά κείμενα, αλλά χρησιμοποιούνται ευρέως σε καθημερινές συνομιλίες. Γίνεται εκτενής αναφορά στο άνοιγμα μιας συνομιλίας σε επιλεγμένα περιβάλλοντα, με τη χρήση εκφράσεων ευγενείας, όπως: “please”, “thank you”, “excuse me”, και οι εκφράσεις αυτές αναγνωρίζονται και χρησιμοποιούνται σε διάφορα κοινωνικά πλαίσια που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως η αλληλεπίδραση με τουρίστες/-τριες σε ξενοδοχεία και εστιατόρια. Επιπλέον, αναλύεται πώς εκφράσεις όπως: “welcome aboard”, “safe travels”, “check-in”, “must-see” και “the customer is always right” επηρεάζουν την επικοινωνία και την κατανόηση σε καθημερινές καταστάσεις που σχετίζονται με τα τουριστικά επαγγέλματα. Η υποενότητα εστιάζεται στη χρήση δημοφιλών αγγλικών λέξεων και φράσεων και στην εφαρμογή αυτών των γνώσεων σε πραγματικές καταστάσεις επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα, με στόχο τη βελτίωση της επαγγελματικής επάρκειας των εκπαιδευομένων και την ικανότητά τους να εξυπηρετούν πελάτες/-ισσες διαφορετικών πολιτισμικών υποβάθρων.

2.2.A.2 | ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Επιδίωξη της συγκεκριμένης υποενότητας είναι η εισαγωγή των εκπαιδευομένων σε βασικές λέξεις, φράσεις και έννοιες που χρειάζονται για την αποτελεσματική διαχείριση τηλεφωνικών συνομιλιών αναφορικά με κρατήσεις δωματίων ή αεροπορι-

κών εισιτηρίων και υποβολή αιτημάτων ή παραπόνων πελατών/-ισών στην αγγλική γλώσσα. Μελετώνται στην τάξη κείμενα και σύντομοι διάλογοι στα αγγλικά, όπως αυτοί αναπτύσσονται σε συγκεκριμένα πλαίσια τηλεφωνικής επικοινωνίας. Παρουσιάζονται τυποποιημένες φράσεις για τη διαχείριση απευθείας κλήσης (direct call), προώθησης (transfer call) και αναμονής κλήσης (call waiting). Αναλύεται η αγγλική ορολογία λήψης και προώθησης μηνυμάτων (taking and forwarding messages), προγραμματισμού συνάντησης στον χώρο εργασίας (making appointments) και ανταπόκρισης σε έκτακτα περιστατικά (handling urgent situations). Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η τεχνική του role-playing, κατά την οποία οι εκπαιδευόμενοι/-ες, ανά ζεύγη, παρουσιάζουν στην τάξη σύντομους τηλεφωνικούς διαλόγους στα αγγλικά και εξασκούνται στη διάκριση, τη σημασία και τη χρήση φράσεων όπως: “call back”, “hang on”, “hold on”, “pass on (a message)”, “put someone through”, “get back to someone”, “speak up”. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν στα αγγλικά τις απαιτούμενες δεξιότητες για μια φυσική προσέγγιση στην εκμάθηση γλωσσών και στην απόκτηση λεξιλογίου (vocabulary acquisition), που τους/τις καθιστά αυτόνομους/-ες γλωσσικούς/-ές χρήστες/-τριες. Μέσω της εξάσκησης με τους/τις υπόλοιπους/-ες εκπαιδευόμενους/-ες βελτιώνουν τον τρόπο με τον οποίο μιλούν, την προφορά τους (accent) και τις δομές των προτάσεων που χρησιμοποιούν, καθώς και τον τόνο με τον οποίο θέτουν και απαντούν σε ερωτήσεις.

2.2.A.3 | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα αναλύεται η παραγωγή σημειώσεων και μηνυμάτων στην αγγλική γλώσσα, μια δεξιότητα ζωτικής σημασίας για τον τουριστικό κλάδο. Αναφορικά με την παραγωγή σημειώσεων, παρουσιάζονται οι ικανότητες που απαιτούνται ώστε να συλλέγονται και να οργανώνονται οι κύριες πληροφορίες με τρόπο σαφή και κατανοητό. Αξιοποιούνται αγγλόφωνα κείμενα με στόχο την κατανόηση των βασικών τους σημείων και στη συνέχεια την καταγραφή αυτών των πληροφοριών με τρόπο σαφή και συνοπτικό, χωρίς περιττές λεπτομέρειες και χρήση πολύπλοκου λεξιλογίου. Αναφορικά με την παραγωγή μηνυμάτων στα αγγλικά, τονίζεται πως η απλή και ακριβής γλώσσα είναι καίριας σημασίας για την αποφυγή παρεξηγήσεων και την αποτελεσματική μετάδοση των πληροφοριών. Επισημαίνεται πως όλα τα μηνύματα πρέπει να είναι δομημένα με σαφή τρόπο, ο οποίος να μην αφήνει περιθώριο για αμφισημία. Αναλύεται η συχνή χρήση της παθητικής φωνής στην αγγλική γλώσσα, ώστε να δοθεί έμφαση στην αντικειμενικότητα, να μειωθεί η προσωπική εμπλοκή και τα μηνύματα να αποκτήσουν έναν πιο επίσημο και επαγγελματικό τόνο. Γίνεται εστίαση στον προσεκτικό έλεγχο της ορθογραφίας και της γραμματικής πριν αποσταλούν τα μηνύματα ή οι σημειώσεις, καθώς λάθη σε αυτά τα σημεία μπορεί να οδηγήσουν σε παρεξηγήσεις και να επηρεάσουν την αξιοπιστία του/της γράφοντος/-ουσας. Στην προτεινόμενη εκπαιδευτική δραστηριότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες παρακολουθούν βίντεο ή ακούν ηχογραφημένες συζητήσεις τουριστικού περιεχομένου, κρατούν ση-

μειώσεις και, στη συνέχεια, τις παρουσιάζουν στην τάξη. Οι συνεκπαιδευόμενοι/-ες τους και ο/η εκπαιδευτής/-τρια δίνουν ανατροφοδότηση, εστιάζοντας στη σαφήνεια, την επαγγελματική γλώσσα και τη σωστή χρήση της αγγλικής γλώσσας συνολικά.

2.2.A.4 | ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Η παρούσα υποενότητα έχει σχεδιαστεί ώστε να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με βασικές δεξιότητες αφήγησης στην αγγλική γλώσσα, οι οποίες είναι απαραίτητες για τον τομέα του τουρισμού. Κατά τη διάρκειά της, γίνεται εστίαση στην αφήγηση απλών και σύντομων κειμένων στην αγγλική γλώσσα, με σαφήνεια και αυτοπεποίθηση. Ενθαρρύνεται η εξάσκηση στην προσαρμογή της αφήγησής τους ανάλογα με το ακροατήριο και το πλαίσιο, και στη χρήση αυτών των δεξιοτήτων προς ενίσχυση της επικοινωνίας, με απώτερο σκοπό τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών/-ισών. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια προτείνει σύντομα αυθεντικά κείμενα προς ανάλυση και εξάσκηση στην προφορά και τον τονισμό και παροτρύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αφηγηθούν κείμενα τουριστικού περιεχομένου, όπως περιγραφές τοποθεσιών και μνημείων, πολιτισμικά στοιχεία και πληροφορίες για τουριστικές υπηρεσίες. Προτείνεται επίσης εξάσκηση μέσω ομαδικών δραστηριοτήτων που ενθαρρύνουν την ενεργή συμμετοχή και την αλληλεπίδραση, όπως η προσομοίωση πραγματικών καταστάσεων που απαιτούν χρήση τουριστικής ορολογίας, ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, χρήση ευγενικών και κατάλληλων εκφράσεων, διαχείριση παραπόνων και αιτημάτων πελατών, καθώς και διατήρηση φιλικής και επαγγελματικής στάσης. Συνολικά, η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα ωθεί τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στη βελτίωση της προφορικής τους επικοινωνίας στα αγγλικά και στην απόκτηση σημαντικών επαγγελματικών δεξιοτήτων αφήγησης, απαραίτητων για την επιτυχία τους στον τομέα του τουρισμού.

2.2.A.5 | ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, γίνεται εμβάθυνση στην αγγλική ορολογία ως βασικού εργαλείου επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα. Το λεξιλόγιο και η γραμματική της αγγλικής γλώσσας εμπλουτίζονται συνεχώς με τουριστική και ταξιδιωτική ορολογία και αναλύονται εκτενώς τα διαφορετικά είδη τουρισμού (Leisure tourism, Cultural tourism, Rural tourism, κ.ο.κ.). Η προφορική επικοινωνία ενισχύεται μέσω της συνεχούς εξάσκησης σε διαλόγους τουριστικού περιεχομένου στην αγγλική γλώσσα, ενώ ταυτόχρονα γίνεται εξάσκηση στη σύνταξη τουριστικών εγγράφων και στη διαχείριση της αλληλογραφίας τουριστικών γραφείων. Καλλιεργούνται δεξιότητες επικοινωνίας με δημόσιες υπηρεσίες και ιδιωτικές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου. Ενθαρρύνεται η πρόσβαση σε αγγλόφωνη βιβλιογραφία, περιοδικά και έρευνες, με σκοπό την κατανόηση επιστημονικών άρθρων στον τομέα του τουρισμού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη σύνταξη κειμένων σχετικά με τον τουρισμό, όπως αναφορές και αναλύσεις αποτελεσμάτων τουριστικών δεδομένων. Η αγγλική γλώσ-

σα χρησιμοποιείται εξ ολοκλήρου στο περιβάλλον της τάξης, καθώς οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στην ορολογία των οικονομικών και της διοίκησης του τουρισμού. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν την εισήγηση για την τουριστική και την ταξιδιωτική ορολογία, προσομοιώσεις εργασιών ενός τουριστικού γραφείου, ασκήσεις και ανατροφοδότηση από τον/την εκπαιδευτή/-τρια. Χρησιμοποιούνται τεχνολογικά εργαλεία για την εξάσκηση της αγγλικής γλώσσας και την πρόσβαση σε πόρους, και οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να συμμετέχουν ενεργά και να εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε ρεαλιστικά σενάρια.

2.2.A.6 | ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Η παρούσα υποενότητα εστιάζεται στην κατανόηση της τουριστικής ορολογίας, στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, στη χρήση ευγενικών και κατάλληλων εκφράσεων, στη διαχείριση παραπόνων και αιτημάτων πελατών και στη διατήρηση φιλικής και επαγγελματικής στάσης. Μέσα από διαδραστικά παιχνίδια ρόλων και πρακτική εφαρμογή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε ρεαλιστικά σενάρια, όπως η υποδοχή τουριστών/-τριών, η παροχή πληροφοριών για τοποθεσίες και αξιοθέατα, η κράτηση δωματίων και τραπεζιών και η αντιμετώπιση προβλημάτων. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια ενθαρρύνει την ενεργή συμμετοχή και την αλληλεπίδραση, ώστε, με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες να είναι σε θέση να διαχειρίζονται με αυτοπεποίθηση και αποτελεσματικότητα συνομιλίες τουριστικού περιεχομένου στα αγγλικά, να χρησιμοποιούν την κατάλληλη ορολογία και εκφράσεις, να διαχειρίζονται παράπονα και αιτήματα με επαγγελματισμό και να διατηρούν θετική και φιλική στάση σε όλες τις αλληλεπιδράσεις τους. Μέσω της εξάσκησης, επιδιώκεται η βελτίωση της προφοράς (accent), των δομών των προτάσεων που χρησιμοποιούνται, της χρήσης λέξεων ή φράσεων της αργκό (slang) και του τόνου με τον οποίο τίθενται ερωτήσεις, καθώς και της γλώσσας του σώματος (body language). Η συγκεκριμένη υποενότητα είναι ιδιαίτερα χρήσιμη σε ζητήματα στα οποία εμπλέκεται η έννοια της διαπολιτισμικής επικοινωνίας (intercultural communication), εφόσον πρόκειται για επικοινωνία με τουρίστες/-τριες που προέρχονται από διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο (cultural background), και συμβάλλει στην καλύτερη προετοιμασία για την ορολογία σχετικά με την έννοια της επικοινωνίας στον χώρο του τουρισμού, με έμφαση στις διαπροσωπικές σχέσεις (interpersonal relations).

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.
2. Mol, H. (2008). *English for tourism and hospitality in higher education studies: course book*. Reading: Garnet Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.
2. Marks, S. (2019). *Mastering grammar for B1: Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.2.B • ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να ωθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να γνωρίσουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της γαλλικής γλώσσας, καθώς και τα χαρακτηριστικά της προφορικής επικοινωνίας. Ειδικότερα, παρουσιάζονται ο γραπτός και ο προφορικός λόγος της γαλλικής γλώσσας σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές συνθήκες που σχετίζονται με τον τουρισμό και τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της γαλλικής γλώσσας,
- Αφηγούνται ένα απλό και σύντομο κείμενο στα γαλλικά,
- Παράγουν σημειώσεις και μηνύματα στα γαλλικά με απλό και σύντομο τρόπο,
- Επαληθεύουν τις γνώσεις τους στη γαλλική γλώσσα μέσω επαγγελματικών δραστηριοτήτων,
- Διαχειρίζονται μια συνομιλία στη γαλλική γλώσσα σχετική με τον τουρισμό,
- Χρησιμοποιούν στις συζητήσεις δημοφιλείς εκφράσεις και λέξεις οι οποίες αφορούν κοινωνικά συμφραζόμενα, όπως το άτομο, την οικογένεια, τις αγορές, την εργασία κ.ά.,
- Αποδέχονται τη γαλλική γλώσσα ως κύριο εργαλείο επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα κατά την άσκηση των καθηκόντων τους.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Agence de tourisme / Bavardage / Conversation informelle / Conversation professionnelle / Conversation téléphonique / Narration / Notes et messages / Outils de communication / Structures de grammaire et de syntaxe.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
2	ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ
3	ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ
4	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
5	ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
6	ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.B.1 | ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποενότητα έχει ως στόχο την εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τις πολιτισμικές συνήθειες που είναι απαραίτητες για μια ευγενική και αποτελεσματική επικοινωνία με γαλλόφωνο κοινό. Μέσα από τη μελέτη κειμένων με διαλόγους στα γαλλικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αντιλαμβάνονται πως ο χαιρετισμός είναι θεμελιώδης. Στη Γαλλία, είναι τυπικό να ξεκινά κανείς με ένα ευγενικό “Bonjour” (καλημέρα) ή “Bonsoir” (καλησπέρα), ανάλογα με την ώρα της ημέρας, καθώς θεωρείται αγενές να παραλειφθεί ο χαιρετισμός. Η υποενότητα καλύπτει επίσης τη διαπολιτισμική επικοινωνία, υπογραμμίζοντας τη σημασία της κατανόησης των πολιτισμικών διαφορών και της ανάλογης προσαρμογής της επικοινωνίας. Καθώς στη Γαλλία η ευγένεια και η τήρηση των τύπων είναι πολύ σημαντικές, αναλύονται ο τρόπος σύστασης και παρουσίασης, η αποφυγή πολύ οικείων προσφωνήσεων και η απαραίτητη χρήση του πληθυντικού ευγενείας ακόμα και ανάμεσα σε άτομα νεαρής ηλικίας. Αναφέρονται θέματα που πρέπει να αποφεύγονται, όπως η πολιτική και η θρησκεία, και εκείνα που θεωρούνται αποδεκτά, όπως η κουλτούρα και η γαστρονομία. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται σε δεξιότητες επικοινωνίας, τόσο λεκτικές όσο και μη λεκτικές, στην ενεργητική ακρόαση και στις μεθόδους ανατροφοδότησης, και ενθαρρύνονται να ξεκινούν συζήτηση με πελάτες/-ισσες που μόλις γνώρισαν, μέσω της εξοικείωσής τους με τη χρήση γαλλικών εκφράσεων και λέξεων που χρησιμοποιούνται ευρέως

στην καθημερινότητα. Τέλος, αντιλαμβάνονται πως είναι σημαντικό να κλείνουν τη συζήτηση με ευγένεια και να εκφράζουν την ευχαρίστησή τους που είχαν την ευκαιρία να συνομιλήσουν με τον/την πελάτη/-ισσα, ώστε να παρέχουν υψηλής ποιότητας εξυπηρέτηση σε γαλλόφωνους/-ες τουρίστες/-τριες.

2.2.B.2 | ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΦΗΓΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Η μαθησιακή υποεπνότητα έχει ως σκοπό να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις βασικές δεξιότητες αφήγησης στη γαλλική γλώσσα, οι οποίες είναι απαραίτητες για τον τομέα του τουρισμού. Κατά τη διάρκειά της, γίνεται εστίαση στην αφήγηση απλών και σύντομων κειμένων στη γαλλική γλώσσα, με σαφήνεια και αυτοπεποίθηση. Η προσαρμογή της αφήγησης γίνεται ανάλογα με το ακροατήριο και το πλαίσιο, ενώ χρησιμοποιούνται δεξιότητες επικοινωνίας, τόσο λεκτικές όσο και μη λεκτικές, με απώτερο στόχο τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών. Προτείνονται σύντομα αυθεντικά κείμενα προς ανάλυση και εξάσκηση στην προφορά και τον τονισμό, στοιχεία ιδιαίτερα σημαντικά στα γαλλικά και οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να αφηγηθούν κείμενα που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως περιγραφές τοποθεσιών και μνημείων, πολιτιστικά στοιχεία και πληροφορίες για τουριστικές υπηρεσίες. Επιπλέον, προτείνεται πρακτική εξάσκηση μέσω ομαδικών δραστηριοτήτων που προωθούν την ενεργή συμμετοχή και την αλληλεπίδραση, όπως η προσομοίωση πραγματικών καταστάσεων που απαιτούν τη χρήση τουριστικής ορολογίας, η ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, η χρήση ευγενικών και κατάλληλων εκφράσεων, η διαχείριση παραπόνων και αιτημάτων πελατών, καθώς και η διατήρηση φιλικής και επαγγελματικής στάσης. Συνολικά, η συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπνότητα προωθεί τη βελτίωση της προφορικής επικοινωνίας στα γαλλικά και την απόκτηση σημαντικών επαγγελματικών δεξιοτήτων αφήγησης, οι οποίες είναι απαραίτητες για την επιτυχία στον τομέα του τουρισμού.

2.2.B.3 | ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΑ ΓΑΛΛΙΚΑ

Η συγκεκριμένη υποεπνότητα στοχεύει στην εξοικείωση των εκπαιδευομένων στον τομέα του τουρισμού με τις βασικές λέξεις, φράσεις και έννοιες που χρειάζονται για να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τηλεφωνικές συνομιλίες στα γαλλικά. Η άνεση στην τηλεφωνική επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και τη διεκπεραίωση κρατήσεων ή ερωτήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε δραστηριότητες που τους/τις ενθαρρύνουν να διακρίνουν τη σημασία και τη χρήση φράσεων όπως: “Bonjour, ici... de...” [«Καλημέρα, εδώ (όνομά) από την (όνομα εταιρείας)»], “Allô, comment puis-je vous aider?” («Γεια σας, πώς μπορώ να σας βοηθήσω;»), “Je vais vérifier cela pour vous” («Θα το ελέγξω αυτό για εσάς»), “Pouvez-vous me donner plus de détails?” («Μπορείτε να μου δώσετε περισσότερες λεπτομέρειες;») και “Un instant, s'il vous plaît” («Μια στιγμή, παρακαλώ»). Εστιάζεται, επίσης, στο πώς να κλείνουν τη συνομιλία ευγενικά και επαγγελματικά, με απαραίτητες φράσεις όπως:

“Merci de votre appel” («Ευχαριστούμε για την κλήση σας») και “Je vous souhaite une bonne journée” («Σας εύχομαι καλή μέρα»), αφού επιβεβαιώσουν τις πληροφορίες και έχουν βεβαιωθεί πως ο/η πελάτης/-ισσα έχει λάβει όλες τις απαραίτητες απαντήσεις, ρωτώντας: “Y a-t-il autre chose que je puisse faire pour vous?” («Υπάρχει κάτι άλλο που μπορώ να κάνω για εσάς;»). Η εξάσκηση σε αυτές τις φράσεις και η κατανόηση της σωστής τους χρήσης βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να διαχειρίζονται τηλεφωνικές συνομιλίες με επαγγελματισμό και αυτοπεποίθηση, ώστε να προσφέρουν άριστη εξυπηρέτηση στους/στις πελάτες/-ισσές τους, ενισχύοντας την εικόνα της εταιρείας τους και βελτιώνοντας την ποιότητα των υπηρεσιών τους.

2.2.B.4 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η υποεπάρκεια αυτή στοχεύει στην εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τη γαλλική ορολογία που απαιτείται για τη διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η αποτελεσματική επικοινωνία μέσω email είναι κρίσιμη για την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και την οργάνωση κρατήσεων, την επεξήγηση προσφορών και πολλών άλλων υπηρεσιών. Γίνεται αναφορά στις βασικές φράσεις που χρησιμοποιούνται στα email στα γαλλικά, όπως ο ευγενικός χαιρετισμός με φράσεις όπως: “Bonjour” («Καλημέρα») ή “Bonsoir” («Καλησπέρα») και η εισαγωγή με φράσεις όπως: “Je me permets de vous contacter concernant...” («Παίρνω το θάρρος να επικοινωνήσω μαζί σας σχετικά με...»). Παρουσιάζονται συνήθεις φράσεις όπως: “Veuillez trouver ci-joint...” («Παρακαλώ, βρείτε συνημμένο...») και “Pour toute information complémentaire, n’hésitez pas à me contacter” («Για οποιαδήποτε επιπλέον πληροφορία, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου»). Αναλύονται ευγενικές εκφράσεις ευχαριστίας όπως: “Je vous remercie de votre attention” («Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας») και φράσεις οι οποίες κλείνουν ένα email, όπως: “Cordialement” («Με εκτίμηση») ή “Bien à vous” («Με τις καλύτερες ευχές»). Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η γραπτή εξάσκηση σύνταξης email και η κατανόηση της σωστής χρήσης τους, με στόχο την επαγγελματική και αποτελεσματική σύνταξη κάθε είδους email στα γαλλικά. Μέσω της εξοικείωσης με τη γαλλική ορολογία που απαιτείται για τη διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες επικοινωνούν με πελάτες/-ισσες και συνεργάτες/-ιδες με αυτοπεποίθηση και ακρίβεια και χειρίζονται με ευκολία διαφορετικές καταστάσεις και αιτήματα, παρέχοντας άριστη εξυπηρέτηση.

2.2.B.5 | ΣΥΝΟΜΙΛΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποεπάρκεια αναλύονται οι απαραίτητες δεξιότητες διαχείρισης συνομιλιών τουριστικού περιεχομένου στα γαλλικά, με γνώμονα τον επαγγελματισμό και την ευγένεια. Οι επιμέρους δραστηριότητες περιλαμβάνουν την κατανόηση της τουριστικής ορολογίας, την ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, τη χρήση ευγενικών και κατάλληλων εκφράσεων, τη διαχείριση παραπόνων και αιτημάτων πελατών/-ισσών και τη διατήρηση φιλικής και επαγγελματικής στάσης.

Μέσα από διαδραστικές ασκήσεις εναλλαγής ρόλων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε πραγματικά σενάρια, όπως η υποδοχή τουριστών/-τριών, η παροχή πληροφοριών για τοποθεσίες και αξιοθέατα, η κράτηση δωματίων και τραπεζιών και η αντιμετώπιση προβλημάτων. Από τον/την εκπαιδευτή/-τρια προτείνονται ασκήσεις προφορικής πρακτικής και ομαδικές δραστηριότητες που ενθαρρύνουν την ενεργή συμμετοχή και την αλληλεπίδραση, επισημαίνοντας βασικές αρχές όπως η σημασία της χρήσης του πληθυντικού ευγενείας και του χαιρετισμού. Αναφέρονται σημαντικές φράσεις όπως: “Comment puis-je vous aider?”, “Voulez-vous des informations sur les visites guidées?” ή “Préférez-vous des activités culturelles ou de plein air?”. Επίσης, παρουσιάζονται σημαντικές φράσεις όπως: “Je peux vous recommander un bon restaurant local” και “Si vous avez d’autres questions, n’hésitez pas à me le faire savoir”. Συνολικά, η εν λόγω μαθησιακή υποενότητα εφοδιάζει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στον τομέα του τουρισμού με τις αναγκαίες δεξιότητες για να ξεκινούν και να διατηρούν μια θετική και εποικοδομητική συνομιλία με γαλλόφωνους/-ες πελάτες/-ισσες.

2.2.B.6 | ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ

Η παρούσα υποενότητα εφοδιάζει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις απαραίτητες γνώσεις και τις πρακτικές δεξιότητες για την αποτελεσματική εξυπηρέτηση επισκεπτών/-τριών στον τουριστικό τομέα, στη γαλλική γλώσσα, με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών/-ισσών. Παρουσιάζονται βασικές γλωσσικές δεξιότητες στα γαλλικά, οι οποίες είναι απαραίτητες στον τουριστικό τομέα. Αναφέρονται εκτενώς η βασική γραμματική και το απαραίτητο λεξιλόγιο της γαλλικής γλώσσας και, ανάλογα με το επίπεδο γνώσης γενικών γαλλικών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν ή επαναλαμβάνουν τον σχηματισμό και τη χρήση των χρόνων της γαλλικής γλώσσας. Συγκεκριμένα, μελετώνται προτάσεις που περιγράφουν τωρινές πράξεις ή συνήθειες (présent), μελλοντικά σχέδια (futur simple), γεγονότα που είχαν διάρκεια στο παρελθόν (imparfait) ή συνέβησαν σε συγκεκριμένη στιγμή στο παρελθόν (passé composé). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στο να δίνουν βασικές πληροφορίες στους/στις τουρίστες/-τριες, να τους εξηγούν τις υπηρεσίες που προσφέρονται και να ανταποκρίνονται στα ερωτήματα και τις ανάγκες τους. Επιπλέον, καθώς η γαλλική γλώσσα χρησιμοποιείται ευρέως και διεθνώς, η υποενότητα εστιάζεται στην καλλιέργεια δεξιοτήτων επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης με γαλλόφωνους/-ες επισκέπτες/-τριες, σε θέματα όπως η υποδοχή, η εξυπηρέτηση πελατών, η παροχή οδηγιών για την πρόσβαση σε τουριστικά αξιοθέατα και ξενοδοχεία και η επίλυση προβλημάτων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε εργαστήρια και προσομοιώσεις πραγματικών σεναρίων εξυπηρέτησης πελατών/-ισσών για να εξασκήσουν τις δεξιότητές τους. Η συγκεκριμένη υποενότητα θέτει τις βάσεις της σωστής επικοινωνίας με γαλλόφωνους/-ες τουρίστες/-τριες και της παροχής υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Corbeau, S., Dubois, C. & Penfornis, J.-L. (2004). *Tourisme.com: méthode de français professionnel du tourisme*. Paris: CLE International.
2. Dussac, E. (2017). *Bon voyage! Français du tourisme, collection Pro A1-A2*. Paris: CLE International.

Συμπληρωματικές

1. Calmy, A. (2004). *Le français du tourisme*. Paris: Hachette.
2. Καμίτση, Ε. (Χ.Χ.). *Γαλλικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε από:
https://www.minedu.gov.gr/publications/docs2018/03_10_18_france.pdf
3. Καράμπαμπα, Ε. (2006). *Γαλλικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε από:
http://reader.ekt.gr/bookReader/show/index.php?lib=EDULLL&item=859&bitstream=859_01#page/1/mode/2up

2.2.Γ • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με το βασικό τμήμα εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού ενός τουριστικού γραφείου. Πιο συγκεκριμένα, η ενότητα, αξιοποιώντας τις βασικές αρχές οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, επικεντρώνεται στο τμήμα εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού και αναλύει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε αγοράς. Παράλληλα, παρουσιάζονται ειδικότερα θέματα που άπτονται της οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, όπως η λήψη αποφάσεων σε ανταγωνιστικό περιβάλλον και η έννοια της παραγωγικότητας. Επιπλέον, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητες των μεγάλων χονδρεμπόρων τουριστικών υπηρεσιών (tour operators) και οι αντίστοιχες σύγχρονες αντιλήψεις για τη διοίκηση των συγκεκριμένων τουριστικών επιχειρήσεων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του τμήματος εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού,

- Διατυπώνουν τις τεχνικές λήψης αποφάσεων που λαμβάνονται κατά τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου,
- Υπολογίζουν την αμοιβή (προμήθεια) του τουριστικού γραφείου βάσει των υπηρεσιών που προσφέρονται από το τμήμα εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού,
- Συνοψίζουν τη διαχρονική εξέλιξη των μεγάλων χονδρεμπόρων τουριστικών υπηρεσιών (tour operators),
- Ερμηνεύουν τον σύγχρονο τρόπο διοίκησης και λειτουργίας των τουριστικών γραφείων μεγάλου μεγέθους,
- Εφαρμόζουν τις βασικές τεχνικές μηχανοργάνωσης στο τμήμα εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού,
- Υιοθετούν πρακτικές που αυξάνουν την παραγωγικότητα των στελεχών ενός τουριστικού γραφείου,
- Εφαρμόζουν τις διαδικασίες στρατολόγησης και επιλογής κατάλληλου προσωπικού για το τουριστικό γραφείο.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Εισερχόμενος τουρισμός / Εξερχόμενος τουρισμός / Εσωτερικός τουρισμός / Εθνικός τουρισμός / Διεθνής τουρισμός / Εγχώριος τουρισμός / Μεμονωμένοι τουρίστες / Οργανωμένο ταξίδι / Ροές τουριστών / Στατιστικά στοιχεία αφίξεων/αναχωρήσεων / Τουριστικοί χονδρέμποροι / Τουριστικοί λιανέμποροι / Προμήθεια / Μηχανοργάνωση / Στρατολόγηση προσωπικού / Παραγωγικότητα στελεχών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
2	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ
3	ΑΜΟΙΒΗ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
4	ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ
5	ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ
6	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
7	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ
8	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Γ.1 | ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του τμήματος εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού σε ένα τουριστικό γραφείο. Κατανοούν τις διαφορές στις διαδικασίες και τις απαιτήσεις που σχετίζονται με την παροχή υπηρεσιών τόσο σε εισερχόμενους τουρίστες (αυτούς που επισκέπτονται μια χώρα) όσο και σε εξερχόμενους τουρίστες (αυτούς που ταξιδεύουν στο εξωτερικό). Επιπλέον, διακρίνουν και τις άλλες κατηγορίες του τουρισμού, όπως ο εγχώριος, ο εξωτερικός, ο εθνικός, ο εσωτερικός και ο διεθνής τουρισμός. Αναλύουν τις διεθνείς αφίξεις και αναχωρήσεις, καθώς και τις εσωτερικές και εξωτερικές ροές τουριστών. Αυτή η γνώση τους βοηθά να κατανοούν τις τάσεις και τις αλλαγές στις τουριστικές ροές, επιτρέποντάς τους να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους ανάλογα. Είναι επίσης σημαντικό να παρακολουθούν τα στατιστικά στοιχεία των τουριστικών ροών, όπως οι διεθνείς αφίξεις και αναχωρήσεις, καθώς και οι εσωτερικές και εξωτερικές ροές τουριστών. Αυτά τα δεδομένα τους επιτρέπουν να προβλέπουν τάσεις και να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους αναλόγως. Για την πρακτική μελέτη και εξάσκηση, προτείνονται η συλλογή και η ανάλυση στατιστικών δεδομένων σχετικά με τις διεθνείς αφίξεις και αναχωρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συγκρίνουν αυτά τα δεδομένα διαχρονικά και μεταξύ διαφορετικών χωρών για να κατανοήσουν τις παγκόσμιες τάσεις. Επίσης, η σύνταξη εκθέσεων που περιγράφουν τις τάσεις στις διάφορες μορφές τουρισμού μπορεί να βοηθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να συνοψίσουν και να παρουσιάσουν τα ευρήματά τους με σαφήνεια. Τέλος, η προετοιμασία και η παρουσίαση των ευρημάτων σε ομάδες μπορεί να ενισχύσει τις δεξιότητές τους στην επικοινωνία και να τους διευκολύνει στην ανταλλαγή των γνώσεών τους με άλλους.

2.2.Γ.2 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και εφαρμόζουν διάφορες τεχνικές λήψης αποφάσεων, κρίσιμες για τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου. Κατανοούν την εφαρμογή μοντέλων πρόβλεψης, όπως το μοντέλο του Schmoll ή το μοντέλο των Mathieson & Wall, για την κατανόηση των αναγκών της αγοράς και την προσαρμογή των υπηρεσιών τους. Εξοικειώνονται με τεχνικές ανάλυσης δεδομένων και μοντέλα, όπως το PESTLE και η ανάλυση SWOT, για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, καθώς και η BCG (Boston Consulting Group), για την εξυπηρέτηση του μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδιασμού των επιχειρήσεων. Αυτές οι γνώσεις και δεξιότητες είναι απαραίτητες για τη βελτιστοποίηση της διαχείρισης πόρων, τη βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών και την προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκτιμούν δεδομένα όπως η μορφή του τουρισμού, ο τόπος προορισμού, το

ταξιδιωτικό μέσο, η διαμονή και τα αξιοθέατα με ακρίβεια. Πρέπει επίσης να λαμβάνουν υπόψη τα χαρακτηριστικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς και τις συνέπειες των αποφάσεών τους, τόσο σε βραχυπρόθεσμο όσο και σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Για την ενίσχυση της κατανόησης και της εφαρμογής των τεχνικών λήψης αποφάσεων, προτείνεται η συμμετοχή σε προσομοιώσεις όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες λαμβάνουν αποφάσεις με βάση υποθετικά δεδομένα και παρακολουθούν τις συνέπειες των επιλογών τους. Επιπλέον, οι μελέτες περιπτώσεων πραγματικών τουριστικών επιχειρήσεων παρέχουν πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες που βοηθούν στην πρακτική εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν βαθύτερη κατανόηση των διαδικασιών λήψης αποφάσεων και αναπτύσσουν δεξιότητες απαραίτητες για την επιτυχή διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων.

2.2.Γ.3 | ΑΜΟΙΒΗ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να υπολογίζουν την αμοιβή και την προμήθεια ενός τουριστικού γραφείου. Αυτό περιλαμβάνει την κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τις προμήθειες, όπως οι συμφωνίες με τους προμηθευτές και οι προτιμήσεις των πελατών. Εξοικειώνονται με τη χρήση εργαλείων και μεθόδων για την ακριβή καταγραφή και παρακολούθηση των εσόδων και των εξόδων. Η γνώση αυτή είναι άμεσα συνδεδεμένη με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς η ορθή διαχείριση των αμοιβών και των προμηθειών είναι κρίσιμη για την οικονομική ευρωστία και την επιτυχία του τουριστικού γραφείου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες στον οικονομικό προγραμματισμό, τη διαπραγμάτευση με προμηθευτές και τη διαχείριση πελατειακών σχέσεων, στοιχεία που είναι απαραίτητα για την επαγγελματική τους ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού. Στα σημεία προσοχής στα οποία εστιάζονται περιλαμβάνονται η ακρίβεια στις οικονομικές καταχωρίσεις, η κατανόηση των διαφορετικών τύπων προμηθειών και του τρόπου υπολογισμού τους, καθώς και η σημασία της διαφάνειας και της ηθικής στη διαχείριση των οικονομικών. Πιο συγκεκριμένα, αναγνωρίζουν τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την αμοιβή του τουριστικού γραφείου και πώς αυτή μπορεί να είναι επαρκής για την κάλυψη των λειτουργικών του εξόδων και την επίτευξη κερδοφορίας. Επιπλέον, κατανοούν πώς προκύπτει η προμήθεια, για ποιο λόγο εισπράττεται και πώς καθορίζεται. Πρακτικές μελέτης ή εξάσκησης που βοηθούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες σε αυτή την υποενότητα περιλαμβάνουν την ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων (case studies) τουριστικών γραφείων, τη δημιουργία προσομοιώσεων διαχείρισης εσόδων και εξόδων και την πρακτική εξάσκηση στη χρήση λογισμικών διαχείρισης τουριστικών γραφείων.

2.2.Γ.4 | ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις εταιρείες μαζικής παραγωγής ταξιδιών, γνωστές και ως tour operators (εν συντομία ΤΟ) ή αλλιώς τους μεγάλους χονδρεμπόρους των τουριστικών υπηρεσιών. Κατανοούν

τον ρόλο των tour operators στην τουριστική βιομηχανία, τη δομή και τη λειτουργία τους, τη διαφορά από τα γραφεία ταξιδιών (Travel Agencies ή TA), δηλαδή τους λιανέμπορους τουριστικών υπηρεσιών, και τη σχέση τους, καθώς και τις στρατηγικές συνεργασίας που χρησιμοποιούν με άλλους φορείς του τουρισμού, όπως ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες και ταξιδιωτικά γραφεία. Διδάσκονται επίσης τη σημασία της διαχείρισης της ποιότητας των υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών, καθώς και τις τάσεις και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας. Κατανοώντας τη λειτουργία των tour operators, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να εφαρμόζουν πρακτικές στρατηγικής συνεργασίας και διαχείρισης σχέσεων, να αναγνωρίζουν ευκαιρίες για ανάπτυξη και καινοτομία και να βελτιώνουν την ικανότητά τους στην παροχή ποιοτικών τουριστικών υπηρεσιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στις λεπτομέρειες των συμβολαίων με τους προμηθευτές, όπως τους όρους πληρωμής, τις ρήτρες ακύρωσης και τις απαιτήσεις ποιότητας. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοούν τις διαφορές μεταξύ των διαφόρων τύπων προμηθευτών και να διατηρούν καλές σχέσεις με αυτούς, καθώς αυτό μπορεί να επηρεάσει την ποιότητα και την αξιοπιστία των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αναφορικά με τις πρακτικές μελέτης/εξάσκησης, προτείνεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να μελετούν και να αναλύουν πραγματικά συμβόλαια με προμηθευτές, ώστε να κατανοήσουν τις λεπτομέρειες και τις προϋποθέσεις που περιλαμβάνονται, καθώς και να εκπαιδεύονται σε τεχνικές διαπραγμάτευσης, με σκοπό να αποκτήσουν την ικανότητα να διαπραγματεύονται αποτελεσματικά με προμηθευτές για καλύτερους όρους και τιμές.

2.2.Γ.5 | ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Στο πλαίσιο αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν ολοκληρωμένες γνώσεις και δεξιότητες για τη διαχείριση και λειτουργία των μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων. Εξοικειώνονται με τις σύγχρονες προσεγγίσεις και μεθόδους στην οργάνωση, τον προγραμματισμό και τον έλεγχο των κρίσιμων λειτουργιών ενός μεγάλου ταξιδιωτικού γραφείου, όπως η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, οι προμήθειες και τα οικονομικά, το μάρκετινγκ και οι πωλήσεις, καθώς και η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες. Οι συγκεκριμένες γνώσεις και δεξιότητες που αναπτύσσονται είναι άμεσα συνδεδεμένες με την επιτυχή άσκηση του επαγγέλματος του/της τουριστικού/-ής πράκτορα, καθώς τους/τις εφοδιάζουν με τα απαραίτητα εφόδια για να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στις σύνθετες απαιτήσεις της διαχείρισης και λειτουργίας μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διαχείριση κρίσεων και την ανάπτυξη ευέλικτων στρατηγικών για την αντιμετώπιση απρόβλεπτων καταστάσεων, καθώς και στην ανάλυση και αξιοποίηση δεδομένων για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και εφαρμόζουν στρατηγικές μάρκετινγκ και πωλήσεων που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα αναπτύσσουν δεξιότητες διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού για τη βέλτιστη απόδοση και ικανοποίηση των υπαλλήλων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρ-

ρύνονται να κατανοούν τις επιπτώσεις των διεθνών σχέσεων και των οικονομικών παραγόντων στις τουριστικές ροές, καθώς και τις σύγχρονες τάσεις που διαμορφώνουν τον τουριστικό τομέα. Συνιστάται η ενεργή συμμετοχή των εκπαιδευομένων σε μελέτες περίπτωσης και προσομοιώσεις, καθώς και η επίσκεψη και παρατήρηση της λειτουργίας πραγματικών μεγάλων τουριστικών γραφείων, ώστε να αποκτούν μια ολιστική κατανόηση των θεμάτων που πραγματεύεται η συγκεκριμένη υποενότητα.

2.2.Γ.6 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τις σύγχρονες πληροφοριακές και επικοινωνιακές τεχνολογίες για την οργάνωση και διαχείριση των ταξιδιωτικών ροών. Συγκεκριμένα, κατανοούν τον ρόλο και τη λειτουργία των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων, των αυτοματοποιημένων συστημάτων άφιξης και αναχώρησης (check-in/check-out) και των έξυπνων συστημάτων διαχείρισης αποθεμάτων που παρακολουθούν τη διαθεσιμότητα των δωματίων ξενοδοχείων, των αεροπορικών θέσεων και άλλων τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον, εξοικειώνονται με τη χρήση πλατφορμών ολοκληρωμένης διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management) και τις σύγχρονες μεθόδους διαχείρισης και ανάλυσης δεδομένων που εφαρμόζονται στον τουριστικό τομέα. Αυτές οι γνώσεις και δεξιότητες είναι καίριες για την άσκηση του επαγγέλματος του/της τουριστικού/-ής πράκτορα ή του/της υπαλλήλου τουριστικού γραφείου, καθώς τους επιτρέπουν να παρέχουν αποτελεσματικές και ανταγωνιστικές υπηρεσίες στους πελάτες τους. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην κατανόηση των βασικών αρχών λειτουργίας των πληροφοριακών συστημάτων και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων χρήσης τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις βέλτιστες πρακτικές διαχείρισης και ανάλυσης δεδομένων που εφαρμόζονται στον τουριστικό κλάδο. Για την καλύτερη εμπέδωση της ύλης, συνιστάται η πραγματοποίηση εργαστηριακών δραστηριοτήτων, όπως η χρήση λογισμικού διαχείρισης κρατήσεων και συστημάτων CRM σε περιβάλλον προσομοίωσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται σε σενάρια πραγματικής ζωής, όπου πρέπει να διαχειριστούν κρατήσεις, να παρακολουθήσουν τη διαθεσιμότητα δωματίων και να εφαρμόσουν στρατηγικές μάρκετινγκ βάσει δεδομένων. Μέσω αυτών των πρακτικών ασκήσεων, αναπτύσσουν την ικανότητα να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα ηλεκτρονικά συστήματα και αξιοποιούν τις πληροφορίες για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για την επαγγελματική τους ανάπτυξη και τους προετοιμάζουν για τις προκλήσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

2.2.Γ.7 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξετάζουν τις σύγχρονες θεωρίες και πρακτικές στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού και την οργάνωση των λειτουργιών ενός τουριστικού

γραφείου. Αποκτούν γνώσεις σχετικά με το πώς να στρατολογούν και να επιλέγουν προσωπικό, πώς να αυξάνουν την αποτελεσματικότητα και παραγωγικότητα των εργαζομένων και πώς να οργανώνουν και να διαχειρίζονται τις καθημερινές λειτουργίες του γραφείου. Επίσης, αναλύουν τις τεχνολογικές καινοτομίες που μπορούν να ενσωματώσουν για τη βελτίωση της αποδοτικότητας. Η αποτελεσματική διαχείριση και οργάνωση του ανθρώπινου δυναμικού είναι κρίσιμες για την αποδοτική λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου. Οι γνώσεις αυτές επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να δημιουργούν ένα θετικό εργασιακό περιβάλλον, να βελτιώνουν την αποδοτικότητα των εργαζομένων και να εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία του γραφείου. Η εξοικείωση με σύγχρονες πρακτικές και τεχνολογίες ενισχύει την ανταγωνιστικότητα και την επαγγελματική τους ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται στη δημιουργία αντικειμενικών κριτηρίων για την επιλογή προσωπικού, την κατανόηση των αναγκών και κινήτρων των εργαζομένων και τη δίκαιη και διαφανή αξιολόγηση της απόδοσης. Επίσης, παρακολουθούν τις τεχνολογικές εξελίξεις και εφαρμόζουν δίκαιες πρακτικές που προάγουν τη συνεργασία και την ανάπτυξη των εργαζομένων. Αναφορικά με τις πρακτικές μελέτης/εξάσκησης, προτείνονται η ανάλυση επιτυχημένων περιπτώσεων διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού και οργάνωσης τουριστικών γραφείων, η συμμετοχή σε εργαστήρια και προσομοιώσεις για τη στρατολόγηση, την επιλογή και την αξιολόγηση προσωπικού, καθώς και παιχνίδια ρόλων με προσομοιώσεις συνεντεύξεων.

2.2.Γ.8 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πρακτικές που μπορούν να εφαρμόσουν για να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους στο τουριστικό γραφείο. Είναι ζωτικής σημασίας για τα στελέχη τουριστικών γραφείων να είναι εξαιρετικά αποδοτικά και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τον χρόνο τους, καθώς αντιμετωπίζουν πολλές προκλήσεις και πιέσεις στην καθημερινή τους εργασία. Οι συγκεκριμένες γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν βοηθούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να οργανώνουν καλύτερα τις εργασίες τους, να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τις προτεραιότητές τους και να ελαχιστοποιούν τις σπατάλες χρόνου. Ενδεικτικά, αναγνωρίζουν τεχνικές όπως η διαχείριση ημερήσιου προγράμματος, η ιεράρχηση καθηκόντων, η αποτελεσματική επικοινωνία με συναδέλφους και πελάτες, καθώς και η αξιοποίηση τεχνολογικών εργαλείων για την αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών. Επίσης, εξετάζουν πρακτικές που βελτιώνουν την προσωπική τους οργάνωση και παραγωγικότητα, όπως η διαχείριση άγχους, η διατήρηση ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, καθώς και η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην υιοθέτηση σύγχρονων τεχνολογιών και την αυτοματοποίηση των διαδικασιών, που μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και πόρων, ενισχύοντας την παραγωγικότητα.

Ταυτόχρονα, η δημιουργία ενός υποστηρικτικού και ενθαρρυντικού εργασιακού περιβάλλοντος, με ξεκάθαρους στόχους, ανατροφοδότηση και κίνητρα, είναι καίριας σημασίας για την παρακίνηση και δέσμευση των στελεχών. Τέλος, η ανάπτυξη συστημάτων μέτρησης και παρακολούθησης της απόδοσης βοηθά στον εντοπισμό των περιοχών βελτίωσης και τον καθορισμό στοχευμένων δράσεων για την ενίσχυση της παραγωγικότητας. Για πρακτική εξάσκηση προτείνεται ένα σενάριο προσομοίωσης, το οποίο περιλαμβάνει συγκεκριμένες εργασίες και προθεσμίες, καθώς και αναπάντεχες προκλήσεις, όπως έκτακτες αλλαγές στα ταξιδιωτικά πλάνα ενός πελάτη. Επίσης, μέσω της χρήσης τεχνολογικών εργαλείων, όπως το Microsoft Outlook ή το Google Calendar, μπορούν να διαχειριστούν το ημερήσιο πρόγραμμά τους.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
3. Λαλούμης, Δ. (2016). *Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-507>

Συμπληρωματικές

1. Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων. *Λειτουργίες τουριστικών γραφείων, ειδικότητα Υπάλληλος τουριστικών επιχειρήσεων – Γ' ΕΠΑ.Λ.* Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ».
2. Medlik, S. (2012). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. London: Routledge.
3. Horner, S. & Swarbrooke, J. (2020). *Consumer behaviour in tourism*. London: Routledge.
4. Frechtling, D. (2012). *Forecasting tourism demand*. London: Routledge.
5. Pease, W., Rowe, M. & Cooper, M. (eds.). (2007). *Information and communication technologies in support of the tourism industry*. Hershey, PA: IGI Global.

2.2.Δ • ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΟΔΗΓΟΙ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, βασικό στοιχείο των υπηρεσιών του τουριστικού τομέα. Η ενότητα επικεντρώνεται στις διαδικασίες που θα πρέπει να ακολουθούνται, ώστε να δημιουργείται ένας επιτυχημένος ταξιδιωτικός οδηγός, ο οποίος να περιλαμβάνει τις

κατάλληλες πληροφορίες για μεταφορά και διαμονή. Επιπροσθέτως, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έχουν τη δυνατότητα να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής επηρεάζουν τη δημιουργία του εκάστοτε ταξιδιωτικού οδηγού.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αξιολογούν την πληροφορία ενός υφιστάμενου επαγγελματικού ταξιδιωτικού οδηγού,
- Προσδιορίζουν τους βασικούς τύπους μεταφοράς από και προς κάθε χώρα,
- Διακρίνουν τους βασικούς τύπους διαμονής που διατίθενται σε διάφορες χώρες,
- Σχεδιάζουν πρακτικές διαδρομές ακολουθώντας τα κατάλληλα βήματα και τη μεθοδολογία των ταξιδιωτικών οδηγών,
- Οργανώνουν αποτελεσματικά τις πληροφορίες ενός ταξιδιωτικού οδηγού με βάση την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών,
- Δημιουργούν λογικές και πρακτικές διαδρομές προς έναν προορισμό από γεωγραφικής απόψεως,
- Προσδιορίζουν όλες τις αναγκαίες πληροφορίες που σχετίζονται με πρακτικά θέματα του ταξιδιού, όπως, για παράδειγμα, το τοπικό νόμισμα,
- Απορρίπτουν πρακτικές που σχετίζονται με τη λανθασμένη και την κακή πληροφόρηση των πελατών/-ισσών μέσω των ταξιδιωτικών οδηγών.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επαγγελματικοί ταξιδιωτικοί οδηγοί / Τουριστικές διαδρομές / Γεωγραφικά χαρακτηριστικά διαδρομών / Τοπικό νόμισμα / Travel Information Manual / Official Aviation Guide (OAG) / Global Distribution System Amadeus / Greek Travel Pages / Sabre GDS / Expedia Partner Central / Skyscanner for Business / ITA Matrix.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΥΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΥΣ ΟΔΗΓΟΥΣ
2	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΟΔΗΓΩΝ
3	ΤΥΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ
4	ΧΡΗΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΟΔΗΓΩΝ
5	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ
6	ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ: ΝΟΜΙΣΜΑ, ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Δ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΥΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΥΣ ΟΔΗΓΟΥΣ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τα βασικά στοιχεία και τη σημασία των ταξιδιωτικών οδηγών στον τουριστικό τομέα. Αναλύουν τους διαφορετικούς τύπους ταξιδιωτικών οδηγών, όπως οι έντυποι οδηγοί, οι ηλεκτρονικοί οδηγοί και οι εξειδικευμένες πλατφόρμες, όπως το Travel Information Manual (TIM) και το Greek Travel Pages (GTP). Επίσης, εξοικειώνονται με τις βασικές πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνουν οι ταξιδιωτικοί οδηγοί, όπως τα μεταφορικά μέσα, οι τύποι διαμονής και τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά των προορισμών. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα. Η ικανότητα αξιολόγησης και χρήσης ταξιδιωτικών οδηγών τους επιτρέπει να παρέχουν αξιόπιστες και ενημερωμένες πληροφορίες στους πελάτες τους. Επίσης, η κατανόηση των διαφόρων τύπων μεταφοράς και διαμονής ενισχύει την ικανότητά τους να προτείνουν τις καλύτερες επιλογές ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών. Τα σημεία προσοχής στα οποία πρέπει να εστιαστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιλαμβάνουν την ακρίβεια των πληροφοριών, την αξιοπιστία των πηγών και την προσαρμογή των ταξιδιωτικών οδηγών στις ανάγκες των πελατών. Επίσης, είναι σημαντικό να κατανοούν πώς τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν τις επιλογές μεταφοράς και διαμονής. Για πρακτική μελέτη, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναλύουν και να συγκρίνουν διαφορετικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς. Επίσης, μπορούν να συμμετέχουν σε ασκήσεις που περιλαμβάνουν την αναζήτηση και αξιολόγηση πληροφοριών από διάφορες πλατφόρμες και εργαλεία, ώστε να αναπτύξουν την κριτική τους ικανότητα και την προσοχή στη λεπτομέρεια.

2.2.Δ.2 | ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΟΔΗΓΩΝ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να αναλύουν και να αξιολογούν τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στους επαγγελματικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς. Κατανοούν τη σημασία της ακρίβειας και της επικαιρότητας των δεδομένων, καθώς και τη σημασία της ποιότητας των πηγών που χρησιμοποιούνται. Εξασκούνται στην αναγνώριση αξιόπιστων και ενημερωμένων πληροφοριών και διακρίνουν τις ακριβείς πληροφορίες από τις ανακριβείς ή παρωχημένες. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσονται σε αυτή την υποενότητα συνδέονται άμεσα με την άσκηση της ειδικότητας στην οποία καταρτίζονται, καθώς οι επαγγελματίες του τουρισμού πρέπει να παρέχουν αξιόπιστες και ενημερωμένες πληροφορίες στους πελάτες τους. Η ικανότητα να αξιολογούν σωστά τις πληροφορίες είναι κρίσιμη για τη δημιουργία αξιόπιστων ταξιδιωτικών οδηγών που εξυπηρετούν τις ανάγκες των πελατών και ενισχύουν την εμπιστοσύνη των πελατών στις υπηρεσίες τους. Τα σημεία προσοχής στα οποία πρέπει να εστιαστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιλαμβάνουν

την προσεκτική αξιολόγηση των πηγών πληροφόρησης, την κατανόηση της σημαντικότητας της ακρίβειας και της επικαιρότητας των δεδομένων, καθώς και την ανάγκη για συνεχή ενημέρωση και ανανέωση των πληροφοριών. Είναι σημαντικό να αποφεύγονται οι πηγές που δεν είναι αξιόπιστες ή που δεν προσφέρουν επαρκή τεκμηρίωση. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση αυτής της υποενότητας, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συγκρίνουν πληροφορίες από διαφορετικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς για μια συγκεκριμένη τοποθεσία, αξιολογώντας την ακρίβεια, την επικαιρότητα και την πληρότητά τους. Η συμμετοχή σε εργαστήρια ή σεμινάρια σχετικά με την αξιολόγηση πληροφοριών και η χρήση εργαλείων όπως τα OAG, Amadeus και Sabre μπορούν επίσης να ενισχύσουν τις δεξιότητες των εκπαιδευομένων.

2.2.Δ.3 | ΤΥΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Στην αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν ουσιαστικές γνώσεις και πρακτικές δεξιότητες που είναι απαραίτητες για τον τομέα του τουρισμού. Το μάθημα ξεκινά με μια εισαγωγή στους διάφορους τύπους μεταφοράς που είναι διαθέσιμοι στους ταξιδιώτες, όπως αεροπορικές, σιδηροδρομικές, θαλάσσιες και οδικές μεταφορές. Κατά τη διάρκεια αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του κάθε τύπου μεταφοράς και επιλέγουν την καλύτερη επιλογή ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών τους. Στη συνέχεια, το μάθημα επικεντρώνεται στη χρήση σύγχρονων εργαλείων κρατήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τα βασικά χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες των συστημάτων Amadeus, Sabre, Galileo και Worldspan. Μέσα από πρακτικές ασκήσεις, εξοικειώνονται με το πώς να αναζητούν και να κλείνουν εισιτήρια για τους πελάτες τους, να συγκρίνουν τιμές και δρομολόγια και να παρέχουν τις καλύτερες δυνατές επιλογές μεταφοράς. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι καθοριστικές για την επαγγελματική τους εξέλιξη. Αναγνωρίζουν πώς να προτείνουν και να οργανώνουν αποτελεσματικά τις μεταφορές, εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση των πελατών και την επιτυχία του ταξιδιού τους. Σημεία προσοχής που πρέπει να τονιστούν κατά τη διάρκεια του μαθήματος περιλαμβάνουν την κατανόηση των διαφορετικών χαρακτηριστικών και απαιτήσεων των διάφορων τύπων μεταφοράς, την προσεκτική ανάλυση των διαθέσιμων επιλογών και την αποφυγή κοινών λαθών κατά τη χρήση των εργαλείων κρατήσεων. Για να ενισχύσουν την κατανόηση και την εξάσκησή τους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να πραγματοποιούν εικονικές κρατήσεις, να συγκρίνουν τιμές και δρομολόγια και να συμμετέχουν σε εργαστήρια ή σεμινάρια σχετικά με τη χρήση των συστημάτων κρατήσεων.

2.2.Δ.4 | ΧΡΗΣΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΟΔΗΓΩΝ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να ενσωματώνουν γεωγραφικές πληροφορίες για τη δημιουργία ακριβών και χρήσιμων ταξιδιωτικών οδηγιών. Η εκπαιδευτική υποενότητα ξεκινά με την κατανόηση των βασικών γεωγραφικών εννοιών και χαρακτηριστικών, όπως οι κλιματολογικές ζώνες, τα γεωμορφολογικά στοιχεία και οι πολιτισμικές διαφοροποιήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναλύουν πώς αυτά τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν την εμπειρία των ταξιδιωτών και πώς μπορούν να τα χρησιμοποιούν για να παρέχουν καλύτερες πληροφορίες στους πελάτες τους. Γνωρίζουν πώς να ενσωματώνουν πληροφορίες σχετικά με το κλίμα, τις εποχές του χρόνου και τις τοπικές ιδιαιτερότητες, ώστε να βοηθούν τους ταξιδιώτες να προετοιμάζονται καλύτερα για το ταξίδι τους. Οι γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικές για την επαγγελματική τους εξέλιξη. Η ικανότητα να κατανοούν και να χρησιμοποιούν γεωγραφικές πληροφορίες τους επιτρέπει να δημιουργούν πιο εμπειριστατωμένους και ελκυστικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς, που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των πελατών τους. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ακριβής καταγραφή και ερμηνεία των γεωγραφικών δεδομένων, η ενημέρωση των πληροφοριών σε τακτική βάση και η προσαρμογή των ταξιδιωτικών οδηγιών σύμφωνα με τις γεωγραφικές συνθήκες και τα ενδιαφέροντα των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιάζονται στην ποιότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών που παρέχουν, εξασφαλίζοντας ότι οι ταξιδιωτικοί οδηγοί τους είναι αξιόπιστοι και χρήσιμοι. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να μελετούν μελέτες περίπτωσης που δείχνουν την εφαρμογή γεωγραφικών πληροφοριών σε πραγματικούς ταξιδιωτικούς οδηγούς και να δημιουργούν δικά τους έργα ενσωματώνοντας γεωγραφικές πληροφορίες.

2.2.Δ.5 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ

Στην τρέχουσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες κρίσιμες για τον τομέα του τουρισμού. Το μάθημα ξεκινά με την εισαγωγή στις βασικές αρχές και μεθόδους σχεδιασμού ταξιδιωτικών διαδρομών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να λαμβάνουν υπόψη παράγοντες όπως οι γεωγραφικές ιδιαιτερότητες, τα τουριστικά αξιοθέατα, οι προτιμήσεις των πελατών και οι πρακτικές ανάγκες του ταξιδιού. Στη συνέχεια, το μάθημα επικεντρώνεται στην πρακτική εφαρμογή αυτών των αρχών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στον σχεδιασμό διαδρομών που περιλαμβάνουν διάφορους προορισμούς, χρήση διαφόρων μέσων μεταφοράς και επιλογή κατάλληλων καταλυμάτων. Γνωρίζουν πώς να δημιουργούν λογικά και πρακτικά ταξιδιωτικά πλάνα που μεγιστοποιούν την εμπειρία των πελατών, ενώ ταυτόχρονα εξοικονομούν χρόνο και πόρους. Εξοικειώνονται με το να προσαρμόζουν τα πλάνα τους σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών, εξασφαλίζο-

ντας υψηλή ικανοποίηση και την αίσθηση ότι το ταξίδι είναι προσεκτικά σχεδιασμένο. Σημεία προσοχής που τονίζονται κατά τη διάρκεια του μαθήματος περιλαμβάνουν τη σημασία της προσεκτικής επιλογής μεταφορών και καταλυμάτων, τη διαχείριση χρόνου και πόρων και την ανάγκη για συνεχείς προσαρμογές βάσει των αλλαγών στις συνθήκες και τις προτιμήσεις των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις τοπικές συνθήκες και κανονισμούς που μπορεί να επηρεάσουν τα ταξιδιωτικά τους πλάνα. Για πρακτική εξάσκηση, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να σχεδιάσουν και να οργανώσουν μια ταξιδιωτική διαδρομή, λαμβάνοντας υπόψη τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των ταξιδιωτών, καθώς και τις γεωγραφικές συνθήκες της επιλεγμένης τοποθεσίας. Καλούνται να καταρτίσουν ένα λεπτομερές πρόγραμμα και να υπολογίσουν τις πιθανές ανάγκες μετακίνησης και διαμονής.

2.2.Δ.6 | ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ: ΝΟΜΙΣΜΑ, ΚΛΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να διαχειρίζονται κρίσιμα πρακτικά ζητήματα που επηρεάζουν την ταξιδιωτική εμπειρία. Αρχικά, κατανοούν τα διάφορα νομίσματα που χρησιμοποιούνται διεθνώς και τις συναλλαγματικές ισοτιμίες. Υπολογίζουν σωστά τις ισοτιμίες, αποφεύγουν υψηλές χρεώσεις και παρέχουν συμβουλές για την καλύτερη διαχείριση χρημάτων στο εξωτερικό. Στη συνέχεια, εστιάζονται στο κλίμα και τις κλιματολογικές συνθήκες των προορισμών. Αναλύουν κλιματικά δεδομένα και παρέχουν ακριβείς πληροφορίες για την καλύτερη περίοδο επίσκεψης, προτείνοντας κατάλληλη ένδυση και προετοιμασία βάσει των καιρικών συνθηκών. Τέλος, εξετάζουν τον πολιτισμό των προορισμών, ερευνώντας τοπικές συνήθειες, έθιμα και κοινωνικές πρακτικές. Εκπαιδεύονται στο πώς να ενημερώνουν τους ταξιδιώτες για πολιτισμικές διαφορές και να προτείνουν τρόπους προσαρμογής στις τοπικές συνήθειες για μια πιο ομαλή και ευχάριστη εμπειρία. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες αυτές είναι θεμελιώδεις για την επαγγελματική πορεία τους, καθώς η ικανότητα να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών και βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Για πρακτική εξάσκηση και σε συνέχεια της προηγούμενης υποενότητας, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να ερευνήσουν και να συντάξουν πληροφορίες σχετικά με την ανταλλαγή νομισμάτων, τις κλιματολογικές συνθήκες και τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες της επιλεγμένης τοποθεσίας. Επιπλέον, συστήνεται η παροχή πρακτικών συμβουλών για την προετοιμασία των ταξιδιωτών, όπως τι να φέρουν μαζί τους και πώς να προσαρμοστούν στις τοπικές συνθήκες. Τέλος, θεμιτή είναι η παρουσίαση του οδηγού στην ομάδα και η λήψη ανατροφοδότησης από τον/την εκπαιδευτή/-τρια.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Μοίρα, Π. (2018). *Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας: γεωγραφικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
3. Hudman, L. E. & Jackson, R. H. (2001). *Παγκόσμια τουριστική και ταξιδιωτική γεωγραφία*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Συμπληρωματικές

1. Υπουργείο Εξωτερικών της Ελληνικής Δημοκρατίας. *Θεωρήσεις εισόδου (Visas)*. Ανακτήθηκε από: <https://www.mfa.gr/theoriseis-eisodou-visas/>
2. Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. *Έγγραφα που χρειάζεστε για να ταξιδέψετε στην Ευρώπη*. Ανακτήθηκε από: https://europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/index_el.htm

2.2.E • ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τη δημιουργία και διαχείριση του τουριστικού πακέτου, το οποίο αποτελεί βασική τουριστική υπηρεσία. Στην ενότητα παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα συστατικά του τουριστικού πακέτου και οι πηγές πληροφόρησης που αξιοποιούνται για τη δημιουργία του, καθώς και οι σχετικές υπηρεσίες που απορρέουν από αυτό. Αναλύονται όλες οι επιμέρους οικονομικές και νομικές πληροφορίες που εμπεριέχονται σε ένα τουριστικό πακέτο, όπως οι φόροι, οι δασμοί, η έκδοση θεώρησης εισόδου (βίζα) κ.ά. Αναλύονται επίσης όλες οι διαδικασίες που διασφαλίζουν την ομαλή διεξαγωγή του τουριστικού ταξιδιού, αλλά και το επιθυμητό επίπεδο ασφάλειας του/της πελάτη/-ισσας. Τέλος, η ενότητα αποσκοπεί και στην πρακτική εξάσκηση των εκπαιδευομένων στη δημιουργία πακέτων με την αξιοποίηση σχετικών λογισμικών και εφαρμογών ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Αναφέρουν όλα τα συστατικά στοιχεία ενός ελκυστικού τουριστικού πακέτου,
- Περιγράφουν όλες τις σχετικές διαδικασίες για την έκδοση διαβατηρίου, τη θεώρηση εισόδου (βίζα), καθώς και άλλα απαραίτητα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για κάθε ταξίδι,

- Δημιουργούν ένα ολοκληρωμένο σύνολο παροχής υπηρεσιών, το οποίο θα πωλείται στον/στην πελάτη/-ισσα σε ενιαία τιμή (τουριστικό πακέτο),
- Εξηγούν όλες τις σχετικές πληροφορίες για τους εκάστοτε φόρους, τους δασμούς, τα νομίσματα, την ασφάλεια και τις άλλες υπηρεσίες που παρέχονται και χρεώνονται από ένα τουριστικό γραφείο,
- Ταξινομούν τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές της επιχείρησης που σχετίζονται με το τουριστικό πακέτο, όπως ορίζεται από τη νομοθεσία,
- Κάνουν χρήση του σχετικού λογισμικού ηλεκτρονικού υπολογιστή για τη δημιουργία τουριστικού πακέτου και τη σχετική επεξεργασία των πληροφοριών του,
- Απορρίπτουν πρακτικές οι οποίες προωθούν τη δημιουργία τουριστικών πακέτων που δεν ενσωματώνουν τα προβλεπόμενα από τη νομοθεσία,
- Σχεδιάζουν τουριστικά πακέτα που λαμβάνουν υπόψη την ασφάλεια του/της πελάτη/-ισσας,
- Υιοθετούν πρακτικές δημιουργίας τουριστικών πακέτων που σέβονται τον προορισμό και τον τοπικό πληθυσμό.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστικός προορισμός / Μετακίνηση πελατών (transfer) / Διοργανωτής ταξιδιών (tour operator) / Τουριστικό πακέτο (tour package) / Οργανωμένη εκδρομή / Δελτίο κράτησης (voucher) / Αρχηγό/συνοδοί γκρουπ (tour leader) / Φάκελος πακέτου / Ξεναγός (tour guide) / Επαγγελματικές συναντήσεις (meetings) / Συνέδρια / Ταξίδια κινήτρων (incentives).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (1), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΠΑΚΕΤΩΝ
2	ΕΙΔΗ, ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ
3	ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ
4	ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ
5	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ
7	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ
8	ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.2.E.1 | ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΚΕΤΟΥ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΠΑΚΕΤΩΝ

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζεται η έννοια του τουριστικού πακέτου, καθώς και η ιστορία του, και τονίζεται το γεγονός ότι η σύνταξη πακέτων αποτελεί βασική ασχολία και πηγή εισοδήματος των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Αναλύονται στη συνέχεια τα κυριότερα είδη τουριστικών πακέτων [πακέτα περιήγησης, πακέτα θαλάσσιου τουρισμού, πακέτα πλήρους παροχής (all inclusive), πακέτα τα οποία περιλαμβάνουν ενοικίαση αυτοκινήτου και αεροπορικό εισιτήριο (fly and drive), αθλητικά πακέτα, πακέτα διακοπών ομαδικής ψυχαγωγίας (club tours), νεανικά πακέτα, οικογενειακά πακέτα, συνεδριακά πακέτα, πακέτα κινήτρων (incentives)]. Γίνονται κατανοητές οι ιδιαιτερότητες κάθε διαφορετικού είδους τουριστικού πακέτου και οι ιδιαιτερότητες, τις οποίες απαιτεί η οργάνωση του κάθε πακέτου. Τονίζεται ότι κάθε πακέτο έχει τελείως διαφορετικές απαιτήσεις και ιδιαιτερότητες και, άρα, αναφέρονται τα διαφορετικά μέσα μεταφοράς τα οποία χρησιμοποιούνται σε κάθε πακέτο, τα αξιοθέατα τα οποία προτιμώνται, οι παροχές οι οποίες περιλαμβάνονται σε κάθε πακέτο, με έμφαση στο πακέτο πλήρους παροχής, στις δραστηριότητες με τις οποίες ασχολείται ο πελάτης του κάθε πακέτου και, τέλος, ο διαφορετικός σκοπός κάθε ομάδας συμμετεχόντων στο πακέτο. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη τουριστικών πακέτων πραγματικών τουριστικών γραφείων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συστάσουν τουριστικά πακέτα.

2.2.E.2 | ΕΙΔΗ, ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

Στη δεύτερη υποενότητα παρουσιάζεται αναλυτικά η διάκριση των τουριστικών πακέτων βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων. Αναλύεται η πρώτη διάκριση, η οποία είναι βάσει αριθμού συμμετεχόντων. Τα τουριστικά πακέτα, αναλόγως του αριθμού των συμμετεχόντων, διακρίνονται σε ανεξαρτήτων ή μεμονωμένων ταξιδιωτών (Individuals Inclusive Tours, IIT) και συνοδευόμενων ομάδων ταξιδιωτών (Escorted Group Inclusive Tours, GIT), των οποίων η διάκριση επίσης αναλύεται, τουριστικά πακέτα ομάδων ταξιδιωτών που χρησιμοποιούν πτήσεις τακτικών αερογραμμών (scheduled flight inclusive tours-SIT) και τουριστικά πακέτα ομάδων ταξιδιωτών που χρησιμοποιούν ειδικά ναυλωμένες πτήσεις (charter flight inclusive tours-CIT). Αναλύεται στη συνέχεια η επόμενη διάκριση, βάσει σχεδιασμού. Τόσο τα IIT όσο και τα GIT χωρίζονται σε Έτοιμα Πακέτα (ready-made), τα οποία σχεδιάζονται από το τουριστικό γραφείο και απευθύνονται προς όλους τους πελάτες, και τα επί παραγγελία (tailor-made) πακέτα, τα οποία σχεδιάζονται μαζί με τον πελάτη (ο οποίος μπορεί να είναι είτε μεμονωμένο άτομο είτε ομάδα). Για δημοφιλείς προορισμούς υπάρχει ένας «βασικός σκελετός» με κάποια δε-

δομένα (όπως π.χ. αεροπορικό εισιτήριο με επιστροφή, ξενοδοχείο με πρωινό, ασφάλεια ταξιδιού και μεταφορά από το αεροδρόμιο προς το ξενοδοχείο και αντίστροφα), πάνω στον οποίο οργανώνουν το ταξίδι κατά τις επιθυμίες του πελάτη. Αναλύονται πακέτα τα οποία περιλαμβάνουν αεροπορικό εισιτήριο και ενοικίαση αυτοκινήτου (fly and drive) ή συμμετοχή σε κρουαζιέρα (fly and cruise) ή σιδηροδρομικό εισιτήριο (fly and rail). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη τουριστικών πακέτων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν και αναζητούν τουριστικά πακέτα διαφόρων κατηγοριών.

2.2.E.3 | ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

Στην τρίτη υποενότητα αναφέρονται τα βασικά βήματα τα οποία περιλαμβάνονται κατά τη δημιουργία ενός τουριστικού πακέτου, ανεξάρτητα από τη φύση του και το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Παρουσιάζεται καταρχάς η βασική ιδέα, διότι για να δημιουργηθεί το βέλτιστο τουριστικό πακέτο, είναι απαραίτητο να γίνει έρευνα τόσο για τις ανάγκες των τουριστών όσο και για τους πιθανούς προορισμούς. Αναλύεται ο σχεδιασμός δραστηριοτήτων, κατά, τον οποίο οργανώνονται διάφορες δραστηριότητες για τους τουρίστες (όπως επισκέψεις σε μουσεία, ιστορικά μνημεία και άλλες περιοχές με μεγάλο ενδιαφέρον) και τονίζεται ότι ο σχεδιασμός αφορά τόσο μεμονωμένους ταξιδιώτες όσο και ομάδες. Αναφέρεται η υπογραφή των ιδιωτικών συμφωνητικών (συμβολαίων) με τους προμηθευτές του γραφείου, διότι είναι απαραίτητο τα τουριστικά γραφεία να επικοινωνήσουν με τους προμηθευτές τους για να διαπραγματευτούν τις τιμές των υπηρεσιών τους. Ορίζεται το βήμα της κοστολόγησης του πακέτου βάσει ανταγωνισμού και αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται, καθώς και η τελική τιμή του προϊόντος και το επιθυμητό κέρδος. Αναλύεται ως τελικό βήμα της δημιουργίας ενός πακέτου η διαφήμισή του, διότι τα τουριστικά πακέτα μπορούν να γίνουν γνωστά μέσω περιοδικών, εφημερίδων, αλλά και μέσω του διαδικτύου και της τηλεόρασης. Τονίζεται ότι η διαφήμιση αποτελεί ένα πολύ σημαντικό μέρος αυτής της διαδικασίας, καθώς είναι το μέσο προσέλκυσης πελατών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη τουριστικών πακέτων πραγματικών τουριστικών γραφείων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνθέτουν και κοστολογούν βήμα-βήμα τουριστικά πακέτα.

2.2.E.4 | ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Στην τέταρτη υποενότητα παρουσιάζονται οι συμφωνίες με τουριστικούς φορείς, η ύπαρξη των οποίων είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη σύνταξη ενός τουριστικού πακέτου. Αναλύεται ότι η σωστή επιλογή προμηθευτών είναι μια πολύ σημαντική

διαδικασία για τα τουριστικά γραφεία, καθώς η καταλληλότητα των προμηθευτών καθορίζει το μέλλον του γραφείου. Τονίζεται ότι πριν από την έναρξη της τουριστικής περιόδου, το τουριστικό γραφείο πρέπει να συνάψει συμφωνίες με προμηθευτές (ξενοδοχεία, εστιατόρια, λεωφορεία κ.λπ.) για να προσφέρει στους πελάτες του τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω έρευνας αγοράς και εντοπισμού των προμηθευτών, οι οποίοι προσφέρουν τις καλύτερες υπηρεσίες, ενώ, εκτός από την ποιότητα των υπηρεσιών, αναφέρεται ότι το τουριστικό γραφείο πρέπει επίσης να διαπραγματευτεί τις τιμές και υψηλότερες προμήθειες. Δίδεται έμφαση στο ότι ο στόχος του τουριστικού γραφείου είναι να συνάψει μακροχρόνιες συμφωνίες με τους προμηθευτές και να εντοπίσει αξιόπιστους συνεργάτες. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνθέτουν και κοστολογούν βήμα βήμα τουριστικά πακέτα. Αναλύονται συγκεκριμένα και ανά προμηθευτή οι συμφωνίες και αναφέρονται χωριστά οι κύριοι προμηθευτές, οι οποίοι είναι: τα ξενοδοχεία και γενικά οι εγκαταστάσεις διαμονής, οι αεροπορικές εταιρείες, οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων και σκαφών αναψυχής, οι εταιρείες τουριστικών λεωφορείων, τα εστιατόρια και, τέλος, οι τουριστικοί συνοδοί και ξεναγοί. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη συμφωνιών μεταξύ τουριστικών γραφείων και προμηθευτών. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνθέτουν ιδιωτικά συμφωνητικά με προμηθευτές.

2.2.E.5 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην πέμπτη υποενότητα παρουσιάζονται τα πακέτα επαγγελματικού τουρισμού και συνεδρίων. Ορίζεται ο επαγγελματικός τουρισμός και αναφέρεται ότι εντάσσεται στη βιομηχανία MICE, όπου το MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) σημαίνει συναντήσεις, ταξίδια κινήτρων, συνέδρια και εκθέσεις. Ορίζεται επίσης και το συνέδριο, το οποίο είναι η συνάντηση ατόμων για την ανταλλαγή ιδεών, απόψεων και πληροφοριών, που συνήθως είναι περιοδική ή συνοδεύεται από μια έκθεση προϊόντων και υπηρεσιών. Τονίζεται ότι αυτοί οι τέσσερις τομείς είναι αλληλοσυνδεόμενοι και αλληλεξαρτώμενοι και ότι το συνέδριο γενικά ορίζεται ως μια συγκέντρωση μιας ομάδας ατόμων με κοινό στόχο την ανταλλαγή ιδεών, απόψεων και πληροφοριών που ενδιαφέρουν όλη την ομάδα. Αναλύεται λεπτομερώς ότι τα συνέδρια περιλαμβάνουν συνοπτικά τα εξής χαρακτηριστικά: απαιτούν διαμονή υψηλών προδιαγραφών και δαπανώνται αντίστοιχα υψηλά ποσά ανά σύνεδρο, χρειάζονται βοηθητική υποδομή υψηλών προδιαγραφών και διακρίνονται από μειωμένη εποχικότητα. Αναλύεται ακόμη η διοργάνωση συνεδρίων και αναλύονται τα επιμέρους στάδιά της: εύρεση και διαμόρφωση του χώρου διεξαγωγής, υποδοχή και διαμονή συνέδρων, καθώς και γραμματειακή υποστήριξη πριν και κατά τη διάρκεια του συνε-

δρίου, κατάρτιση και διαχείριση προϋπολογισμού και απολογισμού, προγράμματος χορηγιών και χρηματοδότησης, σχεδιασμός και εκτύπωση συνοδευτικών εντύπων, υποστήριξη με τεχνολογία πληροφορικής και σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα, επικοινωνία και διερμηνείες (ειδική τηλεφωνική γραμμή, email, website), διοργάνωση ειδικών πολιτιστικών εκδηλώσεων, διαχείριση εξυπηρέτησης συνέδρων και των συνοδών μελών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη υλικού οργάνωσης συνεδρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν συνέδρια στο Διαδίκτυο.

2.2.E.6 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

Στην έκτη υποενότητα παρουσιάζονται τα πακέτα ταξιδιών κινήτρων (Incentives). Ορίζονται τα ταξίδια κινήτρων ως εταιρικές εκδηλώσεις οι οποίες έχουν ως κεντρικό στοιχείο το ταξίδι και αναλύεται ότι πρόκειται για ταξίδια-δώρα που προσφέρει μια εταιρεία στους/στις εργαζομένους/-ες ή στους/στις πελάτες/-ισσές της, ως επιβράβευση για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Αναφέρεται ότι τα δώρα είναι γενικά πιο αποτελεσματικά από τα καθαρά χρηματικά κίνητρα και ότι, ανάμεσά τους, τα ταξίδια είναι η πιο επιθυμητή κατηγορία δώρων. Τονίζεται ότι τα ταξίδια κινήτρων προέκυψαν όταν έγινε αντιληπτό ότι το ταξίδι είναι ένα ευέλικτο εργαλείο που μπορεί να προσαρμοστεί για να εξυπηρετήσει πολλαπλούς σκοπούς και να λειτουργήσει ως μια εξαιρετικά αποδοτική επένδυση στις σχέσεις μιας εταιρείας με τους συνεργάτες της. Αναλύονται ο χαρακτήρας των ταξιδιών κινήτρων και η επίδρασή τους στις σχέσεις των εργαζομένων μιας εταιρείας και αναλύεται ότι, καθώς μοιράζονται κοινές εμπειρίες, δείχνουν περισσότερη διάθεση για συνεργασία, απαλλάσσονται από το άγχος της δουλειάς και την αυστηρότητα των επαγγελματικών τους ρόλων και γίνονται πιο ανοιχτοί, καταδεκτικοί και καλοπροαίρετοι. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη υλικού οργάνωσης ταξιδιών κινήτρων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν τουριστικά γραφεία τα οποία καταρτίζουν ταξίδια κινήτρων.

2.2.E.7 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Στην έβδομη υποενότητα παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά των πακέτων εκθέσεων και, εν γένει, εκθεσιακού τουρισμού. Ορίζεται ο εκθεσιακός τουρισμός ως ο τομέας, ο οποίος στοχεύει στην παρουσίαση προϊόντων και υπηρεσιών. Αναλύεται ότι οι εμπορικές εκθέσεις αποτελούν έναν καταξιωμένο θεσμό παγκοσμίως, ο οποίος συμβάλλει στην ενημέρωση των πελατών σχετικά με την προσφορά της αγοράς σε συγκεκριμένους τομείς παραγωγής ή υπηρεσιών. Τονίζονται οι λόγοι για, τους οποίους

ο εκθεσιακός τουρισμός αποτελεί σημαντικό τομέα του επαγγελματικού τουρισμού, καθώς αυτές οι εκθέσεις φέρνουν σε επαφή μελλοντικούς συνεργάτες και γενικά προάγουν την εμπορική και επιχειρηματική δραστηριότητα. Διατυπώνεται και αναλύεται η άποψη ότι οι εκθέσεις αντικατοπτρίζουν την υλική, τεχνική και δημιουργική παραγωγή μιας χώρας σε κάθε τομέα, και γίνεται συχνά αναφορά στις μεγάλες εκθέσεις που δεν απευθύνονται στο ευρύ κοινό. Αναλύεται, τέλος, η εκπαιδευτική διάσταση των εκθέσεων, οι οποίες περιλαμβάνουν σεμινάρια και ομιλίες με ζητήματα τα οποία αφορούν τον επαγγελματικό τομέα, μέλη του οποίου προσέρχονται στην έκθεση. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη υλικού οργάνωσης εκθέσεων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν τουριστικά γραφεία τα οποία οργανώνουν εκθέσεις, ενώ προτείνεται η συμμετοχή των εκπαιδευομένων σε κάποια τουριστική έκθεση.

2.2.E.8 | ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Στην όγδοη υποενότητα παρουσιάζονται η νομική πλευρά και η προετοιμασία που αφορούν στην πραγματοποίηση ενός πακέτου, οι οποίες είναι βασικής σημασίας, διότι, αν δεν τηρηθούν οι νομικές προϋποθέσεις, ο πελάτης δεν μπορεί να συμμετάσχει. Αναλύεται η περίπτωση κατά την οποία ο επιβάτης είναι υπήκοος χώρας της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ταξιδεύει μεταξύ χωρών του χώρου Σένγκεν που δεν έχουν εσωτερικά σύνορα, και αναφέρεται ότι δεν χρειάζεται να προβεί στην επίδειξη της εθνικής ταυτότητάς του ή του διαβατηρίου του, εκτός εάν απαιτείται για την επαλήθευση των στοιχείων του. Αναλύεται ακόμη ότι συνιστάται ο/η συμμετέχων/-ουσα στο πακέτο να έχει πάντα μαζί του/της το διαβατήριό ή την ταυτότητά του/της, προκειμένου να μπορεί να τα επιδείξει αν χρειαστεί, για παράδειγμα, εάν το ζητήσει η αστυνομία κατά την επιβίβασή του/της σε αεροπλάνο κ.λπ. Ορίζεται η Συνθήκη του Σένγκεν και αναλύεται ότι οι χώρες του χώρου Σένγκεν έχουν τη δυνατότητα να θεσπίζουν εθνικούς κανόνες που μπορεί να απαιτούν από τους πολίτες να έχουν μαζί τους ταυτότητα όταν βρίσκονται στην επικράτειά τους. Αναφέρεται ακόμη στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες ότι έγγραφα όπως άδειες οδήγησης, ταχυδρομικές και τραπεζικές κάρτες δεν αποτελούν έγκυρα ταξιδιωτικά έγγραφα ή αποδεικτικά στοιχεία ταυτότητας. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη ταξιδιωτικών εγγράφων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν τα ταξιδιωτικά έγγραφα τα οποία απαιτούνται κατά περίπτωση.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων: προγραμματισμός ταξιδίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
2. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Συμπληρωματικές

1. Magros, K. S. (2013). *Tour package* [παρουσίαση SlideShare]. Ανακτήθηκε από: http://www.slideshare.net/Kate_JRG/tour-package?related=2
2. Βιτουλαδίτη, Ο. (2000). *Διοίκηση τουρισμού και τουριστικών επιχειρήσεων. Τόμος Γ΄: μánατζμεντ των tour operators και των τουριστικών γραφείων*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.

2.2.ΣΤ • ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να παρουσιάσει τον τρόπο διανομής του τουριστικού προϊόντος στη σύγχρονη εποχή. Παρουσιάζονται όλα τα κανάλια διανομής, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν το εύρος τους, καθώς και τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει το καθένα από αυτά. Στην ενότητα αναλύεται διεξοδικά η εξέλιξη των καναλιών διανομής του τουριστικού προϊόντος έως σήμερα και παρουσιάζονται οι σύγχρονες εξελίξεις στον τομέα. Επιπροσθέτως, παρουσιάζονται καλές πρακτικές που εφαρμόζονται με στόχο τη βέλτιστη οικονομική αποτελεσματικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναλύουν την εξέλιξη των καναλιών διανομής έως σήμερα,
- Αναφέρουν όλα τα κανάλια διανομής που υφίστανται στον σύγχρονο τουριστικό κλάδο,
- Παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του κάθε καναλιού διανομής,
- Κρίνουν την αποτελεσματικότητα του κάθε καναλιού διανομής με βάση τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε επιχείρησης και της προσφερόμενης υπηρεσίας,
- Αξιολογούν τη σημασία των καναλιών διανομής για την κερδοφορία των τουριστικών επιχειρήσεων,

- Διαχειρίζονται τα σύγχρονα κανάλια διανομής μιας τουριστικής επιχείρησης με στόχο τη βέλτιστη κερδοφορία και την οικονομική βιωσιμότητα,
- Υιοθετούν πρακτικές αξιοποίησης των καναλιών διανομής με βάση την επιχειρηματική δεοντολογία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Κανάλια διανομής / Ηλεκτρονικά κανάλια διανομής / Κεντρικά Συστήματα Κρατήσεων (CRS) / Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (GDS) / Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία (OTA) / Γενικοί αντιπρόσωποι πωλήσεων (GSA) / Οικονομική βιωσιμότητα / Επιχειρηματική δεοντολογία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
2	ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
3	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
4	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
5	ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
6	ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Κείμενο αναφοράς

2.2.ΣΤ.1 | ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Μέσω αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς εξελίχθηκαν τα κανάλια διανομής στον τουρισμό και ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά τους. Αναλύονται οι παραδοσιακές μέθοδοι, όπως τα ταξιδιωτικά γραφεία, και οι σύγχρονες πρακτικές, όπως οι online πλατφόρμες κρατήσεων και οι άμεσες κρατήσεις μέσω ιστοσελίδων των ξενοδοχείων. Τα κανάλια διανομής διευκολύνουν την αγορά και την πρόσβαση σε ταξιδιωτικά προϊόντα, με τη συμμετοχή επιχειρήσεων και πελατών. Τα τελευταία πενήντα χρόνια, η τεχνολογία έχει χρησιμοποιηθεί από παρόχους τουριστικών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων ξενοδοχείων και εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων, για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών. Οι γνώσεις αυτές είναι άμεσα συνδεδεμένες με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς οι δεξιότητες που αναπτύσσουν τους επιτρέπουν να επιλέγουν και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα κατάλληλα κανάλια διανομής για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και

υπηρεσιών. Γνωρίζουν επίσης πώς να χρησιμοποιούν τα δεδομένα για να κατανοούν τις προτιμήσεις των πελατών και να βελτιστοποιούν την προσβασιμότητα και την αποτελεσματικότητα των διανομών τους. Σημεία προσοχής στα οποία θεωρείται σημαντικό να εστιαστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι η κατανόηση των νέων τεχνολογιών και προσεγγίσεων στον τομέα του τουρισμού, η ανάλυση των αναγκών των σύγχρονων ταξιδιωτών και η ανάπτυξη στρατηγικών διανομής που να ανταποκρίνονται σε αυτές τις ανάγκες. Για τη βελτίωση των δεξιοτήτων τους, μπορούν να εφαρμόσουν πρακτικές μελέτης που περιλαμβάνουν την ανάλυση δεδομένων αγοράς, την προσομοίωση σεναρίων και την αξιολόγηση αποτελεσμάτων σε πραγματικές καταστάσεις. Μέσω αυτών των πρακτικών, μπορούν να εκπαιδευτούν για τη λήψη καλών αποφάσεων και την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών στον τομέα της διανομής στον τουρισμό.

2.2.ΣΤ.2 | ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνονται για τις τελευταίες τάσεις και τεχνολογίες που επηρεάζουν τη διανομή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Εξετάζουν πώς οι ψηφιακές πλατφόρμες, τα συστήματα κρατήσεων και τα εργαλεία ανάλυσης δεδομένων αναμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις προσεγγίζουν τους πελάτες και βελτιστοποιούν τις διαδικασίες τους. Επιπλέον, κατανοούν ότι η προσωποποίηση των υπηρεσιών και η εμπειρία του πελάτη αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την επιτυχία στον τουριστικό τομέα. Στα σύγχρονα κανάλια διανομής περιλαμβάνονται οι Γενικοί Αντιπρόσωποι Πωλήσεων (GSA), τα Κεντρικά Συστήματα Κρατήσεων (CRS), τα Παγκόσμια Συστήματα Διανομής (GDS), τα Διαδικτυακά Τουριστικά Γραφεία (OTA), οι ιστοσελίδες ταξιδιών, οι μηχανές αναζήτησης ταξιδιών κ.ά. Τα σημεία προσοχής στα οποία πρέπει να εστιαστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιλαμβάνουν την κατανόηση των πλεονεκτημάτων και των περιορισμών των διαφόρων ψηφιακών εργαλείων διανομής, καθώς και την ικανότητα να προσαρμόζονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες τεχνολογικές εξελίξεις. Οι τεχνολογίες ψηφιακών μέσων, ιδιαίτερα το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν φέρει επανάσταση στον ταξιδιωτικό κλάδο, επιτρέποντας την αποτελεσματική και οικονομική διαχείριση των καναλιών διανομής. Οι αεροπορικές εταιρείες έχουν βελτιώσει την παρακολούθηση της απόδοσης και μπορούν να προσαρμόσουν γρήγορα τις προσφορές, βελτιστοποιώντας τις επικοινωνίες και τις συναλλαγές για να ταιριάζουν σε διάφορες καταστάσεις και περιστάσεις. Προκειμένου να ενισχύσουν την κατανόησή τους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμμετάσχουν σε πρακτικές ασκήσεις και μελέτες περιπτώσεων που αφορούν την εφαρμογή των ψηφιακών εργαλείων διανομής σε πραγματικά σενάρια. Επιπλέον, η παρακολούθηση διαδικτυακών σεμιναρίων και η χρήση εκπαιδευτικών λογισμικών τους προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει την ικανότητά τους να εφαρμόζουν τις νέες γνώσεις στην επαγγελματική τους πορεία.

2.2.ΣΤ.3 | ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν τις βασικές αρχές και στρατηγικές διανομής που εφαρμόζονται στον τουριστικό τομέα. Κατανοούν πώς τα διάφορα κανάλια διανομής (όπως τουριστικά γραφεία, διαδικτυακές πλατφόρμες, απευθείας κρατήσεις κ.λπ.) επηρεάζουν την επιτυχία και την αποδοτικότητα μιας τουριστικής επιχείρησης. Διδάσκονται πώς να επιλέγουν τα κατάλληλα κανάλια διανομής για διαφορετικούς τύπους τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως το κοινό-στόχος, το κόστος και η εμβέλεια του καναλιού. Αναλύουν την αγορά, αναγνωρίζουν τις τάσεις και προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους ανάλογα. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση της σημασίας της συνεχούς παρακολούθησης και αξιολόγησης της απόδοσης κάθε καναλιού διανομής, καθώς και η προσαρμογή στις τεχνολογικές εξελίξεις και τις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς. Οι ταξιδιωτικές επιχειρήσεις αξιοποιούν μεγάλα δεδομένα και αναλυτικά στοιχεία για να βελτιώσουν τη διανομή, χρησιμοποιώντας το μάρκετινγκ βασισμένο σε δεδομένα για να αναζητούν νέους πελάτες και νέες προοπτικές. Αυτή η μετάβαση μεταμορφώνει τη διανομή ταξιδιών από παθητική σε τεχνολογικά ευέλικτη, δυναμική και πελατοκεντρική. Για να βελτιώσουν την κατανόηση και την εφαρμογή των γνώσεών τους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε πρακτικές μελέτες περιπτώσεων, ασκούνται σε προσομοιώσεις διαχείρισης καναλιών διανομής και αναπτύσσουν στρατηγικά πλάνα διανομής για διαφορετικά τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Αυτές οι πρακτικές ασκήσεις τους βοηθούν να εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις σε πραγματικά σενάρια και να ενισχύσουν τις δεξιότητές τους στη λήψη αποφάσεων.

2.2.ΣΤ.4 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η συγκεκριμένη υποενότητα παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να κατανοούν και να αξιοποιούν τα σύγχρονα κανάλια διανομής στον τομέα του τουρισμού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να επιλέγουν και να διαχειρίζονται τα κατάλληλα κανάλια διανομής για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, λαμβάνοντας υπόψη τις τάσεις της αγοράς και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Κατανοούν τη σημασία της ψηφιακής διανομής και των πλατφορμών κρατήσεων, καθώς και πώς να χρησιμοποιούν εργαλεία όπως τα συστήματα διαχείρισης καναλιών (Channel Management Systems). Επιπλέον, αξιολογούν ποιες πολιτικές μάρκετινγκ πρέπει να υιοθετήσει η διοίκηση του τουριστικού γραφείου όσον αφορά τους μεσάζοντες. Οι δεξιότητες που αναπτύσσουν τους επιτρέπουν να βελτιώνουν την προβολή και την προσβασιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών τους, οδηγώντας σε αυξημένες πωλήσεις και ικανοποίηση των πελατών. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση της λειτουργίας των διαφορετικών καναλιών διανομής και η ικανότητα αξιολόγησης της απόδοσής τους. Είναι σημαντικό οι εκπαιδευόμενοι/-ες να δώσουν έμφαση στην ανάλυση των δεδομένων πωλήσεων και στη χρήση αυτών

των δεδομένων για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση των γνώσεων αυτών, προτείνεται η συμμετοχή σε πρακτικές μελέτες περιπτώσεων (case studies) και η χρήση προσομοιώσεων (simulations) που αναπαριστούν πραγματικά σενάρια διαχείρισης καναλιών διανομής. Επιπλέον, η εξοικείωση με εργαλεία ψηφιακής διανομής και η συμμετοχή σε workshops ενισχύουν τις πρακτικές δεξιότητες των εκπαιδευομένων, καθιστώντας τους ικανούς να εφαρμόσουν αποτελεσματικά τις γνώσεις τους στην πράξη.

2.2.ΣΤ.5 | ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τις μελλοντικές τάσεις και προκλήσεις που διαμορφώνουν τα συστήματα διανομής στον τουρισμό. Κατανοούν πώς εξωτερικοί παράγοντες, όπως η πολιτική, το εμπόριο, οι παγκόσμιες οικονομίες και οι τεχνολογικές καινοτομίες, επηρεάζουν τα τουριστικά συστήματα διανομής. Επιπλέον, εξετάζουν τον αντίκτυπο του ανταγωνισμού, των συγχωνεύσεων, των εξαγορών και του κόστους καυσίμων στον κλάδο των αεροπορικών εταιρειών και την τουριστική βιομηχανία γενικότερα. Οι γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, καθώς τους επιτρέπουν να εφαρμόζουν στρατηγικές για την αποτελεσματική διαχείριση καναλιών διανομής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στις νέες τεχνολογίες, όπως οι κινητές συσκευές και η τεχνητή νοημοσύνη, που είναι κρίσιμες για την επιτυχία των μελλοντικών ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Για να ενισχύουν τη μάθησή τους, προτείνεται να μελετούν επιτυχημένες επιχειρήσεις όπως η Airbnb, η οποία αξιοποιεί τεχνολογίες αιχμής στα συστήματα διανομής της, προσφέροντας εξατομικευμένη εμπειρία στους χρήστες. Η μελέτη της επιτυχίας της Airbnb επεκτείνεται στη βραχυχρόνια μίσθωση, όπου η πλατφόρμα διαμορφώνει νέες δυναμικές στην αγορά ακινήτων και στον τουρισμό, επιδεικνύοντας πώς η καινοτομία και η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών οδηγούν σε επιχειρηματική ανάπτυξη.

2.2.ΣΤ.6 | ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην τελευταία υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς να διαχειρίζονται και να αξιοποιούν τα διάφορα κανάλια διανομής με ηθικό και υπεύθυνο τρόπο. Οι γνώσεις αυτές περιλαμβάνουν την κατανόηση των ηθικών αρχών που πρέπει να διέπουν τις επιχειρηματικές πρακτικές, όπως η διαφάνεια, η ακεραιότητα και η δικαιοσύνη στις συναλλαγές. Αναπτύσσουν δεξιότητες στη διαχείριση των καναλιών διανομής, ενσωματώνοντας ηθικές πρακτικές που ενισχύουν την αξιοπιστία και τη φήμη της επιχείρησής τους στον τουριστικό κλάδο. Αυτές οι γνώσεις και δεξιότητες είναι κρίσιμες για την ειδικότητά τους, καθώς η ικανότητα να διαχειρίζονται τα κανάλια διανομής με ηθικό τρόπο συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους πελάτες και τους συνεργάτες. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η εφαρμογή ηθικών κανόνων στις διαπραγματεύσεις, η εξασφάλιση της διαφάνειας στις συναλλαγές και

η αποφυγή πρακτικών που μπορεί να βλάψουν την αξιοπιστία της επιχείρησης. Είναι σημαντικό οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοήσουν ότι οι ηθικές πρακτικές δεν είναι απλώς μια καλή επιλογή, αλλά μια αναγκαιότητα για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία και βιωσιμότητα στον τουριστικό κλάδο. Για πρακτική εξάσκηση, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μελετήσουν περιπτώσεις επιχειρήσεων που έχουν αντιμετωπίσει ηθικά διλήμματα στα κανάλια διανομής και να προτείνουν λύσεις βασισμένες στην επιχειρηματική δεοντολογία. Επιπλέον, μπορούν να προσομοιώσουν διαπραγματεύσεις, εφαρμόζοντας ηθικές πρακτικές, αναλύοντας τα αποτελέσματα και βελτιώνοντας τις στρατηγικές τους.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Ζαχαράτος, Γ. (2003). *Package tour: παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Kotler, P. (1991). *Μάρκετινγκ μανάτζμεντ: ανάλυση, σχεδιασμός, υλοποίηση και έλεγχος*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Σταυρινούδης, Θ., Κούτουλας, Δ., Κόντης, Α. & Πρωΐου, Ε. (2016). *8η διδακτική ενότητα: οι σύγχρονες εξελίξεις στο μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστικών προορισμών*. Χίος: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ανακτήθηκε από: http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2217/2/2217_8%ce%b7%20%ce%94%ce%95.pdf
2. Buhalis, D. & Laws, E. (eds.). (2001). *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations*. London: Εκδόσεις Continuum.
3. Camilleri, M. A. (2018). Tourism distribution channels. Στο *Travel marketing, tourism economics and the airline product* (pp. 105-115). Cham: Springer International Publishing/Springer Nature.

2.2.Z • ΓΡΑΠΤΗ ΚΑΙ ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να αναπτύξει και να βελτιώσει τις τεχνικές της γραπτής και προφορικής επικοινωνίας των εκπαιδευομένων στο επαγγελματικό περιβάλλον. Κατανοώντας την ιδιαίτερη σημασία της σωστής και αποτελεσματικής επικοινωνίας σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έχουν τη δυνατότητα, μέσω εργαστηριακών ασκήσεων προσομοίωσης, να εξασκήσουν απο-

τελεσματικές τεχνικές επικοινωνίας, κυρίως με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή. Στην ενότητα παρουσιάζονται οι τρόποι σύνταξης και δόμησης επίσημων κειμένων και μηνυμάτων ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ανάλογα με τον εκάστοτε στόχο της επικοινωνίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Συνεργάζονται αποτελεσματικά με τους/τις συναδέλφους τους στον χώρο εργασίας,
- Συντάσσουν ορθά μηνύματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας προσαρμοσμένα στον εκάστοτε στόχο,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας στον ιδιαίτερο χώρο του τουριστικού γραφείου, αλλά και εν γένει στον χώρο των επιχειρήσεων,
- Διαχειρίζονται αποτελεσματικά πιεστικές καταστάσεις στον επαγγελματικό χώρο, κάνοντας χρήση της σωστής επικοινωνίας,
- Κωδικοποιούν τα γραπτά και προφορικά μηνύματα που λαμβάνουν στον χώρο εργασίας τους,
- Εντοπίζουν λάθη στον γραπτό και προφορικό λόγο με στόχο την αποφυγή τους σε μελλοντική επικοινωνία,
- Υιοθετούν βασικούς κανόνες αποτελεσματικής επαγγελματικής επικοινωνίας με σεβασμό στους/στις συναδέλφους και στους/στις πελάτες/-ισες της επιχείρησης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Προφορική επικοινωνία / Επιχειρησιακή επικοινωνία / Οργανωτική επικοινωνία / Διαπροσωπική επικοινωνία / Επικοινωνιακές δεξιότητες / Γλώσσα του σώματος / Τηλεδιάσκεψη.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (1), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών εννοιών σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
2	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
3	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
4	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
5	ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
6	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
7	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Z.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η πρώτη υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές έννοιες και το περιεχόμενο της επικοινωνίας. Αναλύονται τα κύρια συστατικά στοιχεία της επικοινωνίας, όπως το επικοινωνιακό κλίμα και η επικοινωνία ως σύστημα κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Επιπλέον, εξετάζονται οι διάφορες μορφές επικοινωνίας, τα μέσα μεταφοράς της επικοινωνίας και ο συμβολικός χαρακτήρας της. Η υποενότητα αναφέρεται επίσης στη γλώσσα και τα κύρια στάδια εφαρμογής της επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις βασικές αρχές της επικοινωνίας, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική συνεργασία στον επαγγελματικό χώρο. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν δεξιότητες, ώστε να μπορούν να συντάσσουν σωστά μηνύματα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και να αναγνωρίζουν τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας, οι οποίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές σε επαγγελματικούς τομείς όπως ο τουρισμός και οι επιχειρήσεις. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στη σημασία της αμοιβαίας κατανόησης και του σεβασμού στην επικοινωνία. Είναι σημαντικό να επικεντρωθούν στη σαφήνεια και στην απλότητα του λόγου τους, καθώς και στην πειστικότητα των μηνυμάτων τους. Επίσης, η προσοχή στην ακρίβεια και την αποφυγή λαθών είναι κρίσιμη για την αποτελεσματική επικοινωνία. Για να ενισχύσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συμμετέχουν σε εργαστηριακές ασκήσεις προσομοίωσης επικοινωνιακών σεναρίων. Η εξάσκηση στη σύνταξη και αξιολόγηση γραπτών και προφορικών μηνυμάτων θα βελτιώσει την ικανότητά τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά. Επιπλέον, η μελέτη πραγματικών περιπτώσεων επαγγελματικής επικοινωνίας θα τους βοηθήσει να κατανοήσουν τις εφαρμογές των αρχών της επικοινωνίας στον επαγγελματικό χώρο.

2.2.Z.2 | ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει την ιστορική εξέλιξη της επικοινωνίας, εστιάζοντας στην ανάπτυξη της γραπτής επικοινωνίας και τη σημασία των συμβόλων ως μέσων επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για την εξέλιξη της αλφαβητικής γραφής, ειδικά στον αρχαίο ελληνικό χώρο, και τη συμβολή του ελληνικού αλφαβήτου. Επίσης, εξετάζουν την ιστορική εξέλιξη των αριθμητικών συστημάτων και των μέσων επικοινωνίας γενικότερα. Η υποενότητα αυτή βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν τη σημασία της ιστορικής εξέλιξης της επικοινωνίας στον σύγχρονο επαγγελματικό κόσμο. Οι γνώσεις αυτές κρίνονται σημαντικές για την κατανόηση των σύγχρονων επικοινωνιακών μεθόδων και την εφαρμογή τους σε επαγγελματικά περιβάλλοντα, όπως η διοίκηση επιχειρήσεων και ο τουρισμός. Η κατανόηση της ιστορικής εξέλιξης της επικοινωνίας ενισχύει τις δεξιότητές τους στην ανάλυση και επίλυση προβλημάτων επικοινωνίας. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστια-

στούν στην κατανόηση της σημασίας της γραπτής επικοινωνίας και των συμβόλων στην ιστορία της επικοινωνίας. Είναι σημαντικό να δώσουν προσοχή στην εξέλιξη των αλφαριθμητικών και αριθμητικών συστημάτων και πώς αυτά επηρεάζουν σήμερα την επικοινωνία. Επίσης, πρέπει να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο οι ιστορικές αλλαγές στα μέσα επικοινωνίας επηρεάζουν τις σύγχρονες πρακτικές. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η ανάλυση και συζήτηση ιστορικών κειμένων και ντοκουμέντων που σχετίζονται με την εξέλιξη της γραφής και των αριθμητικών συστημάτων. Επίσης, η προσομοίωση ιστορικών επικοινωνιακών μεθόδων και η σύγκρισή τους με σύγχρονες τεχνικές ενισχύουν την κατανόηση της προόδου στην επικοινωνία. Η συμμετοχή σε ομάδες συζήτησης και η ανάπτυξη γραπτών αναλύσεων σχετικά με την ιστορική εξέλιξη των μέσων επικοινωνίας συμβάλλουν περαιτέρω στην ανάπτυξη των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων.

2.2.Ζ.3 | ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η υποεπάρκεια εισάγει το πλαίσιο μελέτης της επικοινωνίας, με εστίαση στους περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξή της. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τη λειτουργία της αντίληψης, την αξιοποίηση της νοητικής λειτουργίας στην επικοινωνία και τις κοινωνικές τεχνικές. Επιπλέον, εξετάζουν ειδικότερες μορφές κοινωνικών τεχνικών, όπως η γλώσσα του σώματος, οι συναισθηματικές καταστάσεις και οι εκφράσεις του προσώπου. Οι γνώσεις αυτές είναι απαραίτητες για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύξουν δεξιότητες παρατήρησης και ανάλυσης επικοινωνιακών σημάτων στο επαγγελματικό περιβάλλον. Η κατανόηση των περιβαλλοντικών παραγόντων και των κοινωνικών τεχνικών ενισχύει την ικανότητά τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά και να συνεργάζονται αποδοτικά με συναδέλφους και πελάτες, ιδιαίτερα σε τομείς όπως η διοίκηση επιχειρήσεων και ο τουρισμός. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση της επίδρασης όλων των παραγόντων στην επικοινωνία. Κρίνεται σκόπιμο να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στη γλώσσα του σώματος και στις συναισθηματικές καταστάσεις που εκφράζονται μέσω των εκφράσεων του προσώπου και των κινήσεων του σώματος. Επίσης, η αναγνώριση των κοινωνικών τεχνικών που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία είναι κρίσιμη για την αποτελεσματική εφαρμογή τους στο επαγγελματικό περιβάλλον. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ασκήσεις παρατήρησης και ανάλυσης επικοινωνιακών σημάτων. Η πρακτική στη γλώσσα του σώματος, μέσω δραστηριοτήτων όπως οι προσομοιώσεις και οι δραματοποιήσεις, ενισχύει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναγνωρίζουν και να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τις κοινωνικές τεχνικές στην επικοινωνία τους. Επιπλέον, η ανάπτυξη γραπτών εργασιών που αναλύουν την επίδραση των περιβαλλοντικών παραγόντων στην επικοινωνία διευκολύνει την κατανόηση των θεωρητικών εννοιών.

2.2.Z.4 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις θεμελιώδεις αρχές που διέπουν την επικοινωνία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τις αρχές του αμοιβαίου σεβασμού, της κοινωνικής βελτίωσης, του σκοπού, της ειλικρίνειας, της σαφήνειας και της απλότητας. Επιπλέον, εξετάζουν τις αρχές της καλής θέλησης, της πειστικότητας, της συντομίας και της πληρότητας, που είναι κρίσιμες για την αποτελεσματική επικοινωνία. Οι συγκεκριμένες γνώσεις ενισχύουν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να επικοινωνούν με σαφήνεια και ειλικρίνεια, ενώ παράλληλα τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να δημιουργούν πειστικά και αποτελεσματικά μηνύματα. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες σε επαγγέλματα που απαιτούν συνεχή επικοινωνία, όπως η διοίκηση επιχειρήσεων, όπου η καλή επικοινωνία είναι θεμελιώδης για την επιτυχία. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιαστούν στην κατανόηση και την εφαρμογή των αρχών της σαφήνειας και της συντομίας. Η ικανότητα να εκφράζουν τις ιδέες τους με απλό και κατανοητό τρόπο είναι κρίσιμη για την αποφυγή παρεξηγήσεων. Επίσης, η διατήρηση της ειλικρίνειας και της καλής θέλησης στις επικοινωνίες τους βοηθά να κερδίζουν την εμπιστοσύνη των συνομιλητών τους. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευόμενων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ομαδικές ασκήσεις που εστιάζονται στην εφαρμογή των βασικών αρχών της επικοινωνίας. Πρακτικές όπως η εκπόνηση ασκήσεων δημιουργίας και ανάλυσης πειστικών μηνυμάτων, η προσομοίωση επικοινωνιακών σεναρίων και η εξάσκηση στην έκφραση με σαφήνεια και συντομία συμβάλλουν αποτελεσματικά στη μαθησιακή εμπειρία. Επιπλέον, η συνεργασία στο πλαίσιο ομαδικών εργασιών ενισχύει την κατανόηση των αρχών του αμοιβαίου σεβασμού και της κοινωνικής βελτίωσης.

2.2.Z.5 | ΠΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις διαφορές μεταξύ προφορικής και γραπτής επικοινωνίας, εξετάζοντας τις ιδιαιτερότητες και τις προκλήσεις της προφορικής επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τις διακρίσεις της προφορικής επικοινωνίας, τις ειδικές μορφές αυτής, καθώς και τις προϋποθέσεις για αποτελεσματική διεξαγωγή προφορικών επικοινωνιών. Περιλαμβάνει επίσης τις βασικές κατευθύνσεις για τη διεξαγωγή προφορικής επικοινωνίας και την αποτελεσματική ακρόαση. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες για την προφορική επικοινωνία είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την επιτυχία σε επαγγέλματα που απαιτούν άμεση και αποτελεσματική επικοινωνία, όπως η διοίκηση επιχειρήσεων, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να επικοινωνούν προφορικά με σαφήνεια και αποτελεσματικότητα, βελτιώνοντας τις επαγγελματικές τους επιδόσεις και ενισχύοντας την ικανότητά τους να επιλύουν προβλήματα και να παίρνουν αποφάσεις. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση των βασικών κατευθύνσεων για τη διεξαγωγή προφορικής επικοινωνίας, όπως είναι η σαφήνεια και η συνέπεια του μηνύματος. Επιπλέον,

ον, είναι σημαντικό να αναπτύξουν την ικανότητα της αποτελεσματικής ακρόασης, καθώς αυτή συμβάλλει στην κατανόηση και στην αλληλεπίδραση με τους συνομιλητές τους. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ασκήσεις ρόλων και σενάρια προφορικής επικοινωνίας που θα τους επιτρέψουν να εφαρμόσουν τις αρχές που διδάχθηκαν. Επίσης, συνιστάται η εξάσκηση στην ακρόαση μέσω δραστηριοτήτων όπως η παράφραση και η σύνοψη των λεγομένων των συνομιλητών τους. Η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις και παρουσιάσεις μπορεί να ενισχύσει την ικανότητά τους να επικοινωνούν προφορικά με σαφήνεια και πειστικότητα.

2.2.Z.6 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η υποεπάρκεια παρουσιάζει την έννοια και το περιεχόμενο της επιχειρησιακής επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τη φύση και τα χαρακτηριστικά της, την επικοινωνία ως σύστημα λειτουργίας των οργανισμών και τους παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξή της. Αναλύονται επίσης τα βασικά στοιχεία και οι γενικές διακρίσεις της επιχειρησιακής επικοινωνίας, καθώς και οι ειδικότερες διακρίσεις της. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες στην επιχειρησιακή επικοινωνία είναι θεμελιώδεις για την επιτυχία στο επαγγελματικό τους περιβάλλον. Κατανοώντας τη λειτουργία της επικοινωνίας στους οργανισμούς, είναι σε θέση να αναπτύξουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να βελτιώσουν τη συνεργασία και τη λήψη αποφάσεων, στοιχεία που κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικά για επαγγέλματα όπως η διοίκηση επιχειρήσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρησιακή επικοινωνία και στη διάκριση μεταξύ των διαφορετικών μορφών επικοινωνίας εντός ενός οργανισμού. Κρίνεται επίσης σημαντικό να αναγνωρίσουν τα βασικά στοιχεία της επικοινωνίας και τον τρόπο με τον οποίο αυτά συμβάλλουν στην αποτελεσματική λειτουργία των οργανισμών. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε προσομοιώσεις επιχειρησιακής επικοινωνίας, όπου μπορούν να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους σε πραγματικά σενάρια. Επίσης, η ανάλυση περιπτώσεων και η κριτική αξιολόγηση διαφορετικών επικοινωνιακών στρατηγικών μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση των αρχών και τεχνικών της επιχειρησιακής επικοινωνίας.

2.2.Z.7 | ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η τελευταία υποεπάρκεια εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η τεχνολογία επηρεάζει τις επικοινωνιακές διαδικασίες στον κόσμο των επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν τη σημασία της ψηφιακής επικοινωνίας, τη χρήση εργαλείων συνεργασίας και τη διαχείριση των πληροφοριών στο πλαίσιο μιας επιχείρησης. Οι συγκεκριμένες γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες στην υποεπάρκεια τους επιτρέπουν να αναπτύξουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να επικοινωνούν αποτελεσματικά

σε ένα επιχειρησιακό περιβάλλον. Η κατανόηση των σύγχρονων τεχνολογιών και η εκπαίδευση στο περιβάλλον ψηφιακής επικοινωνίας ενισχύουν τις δεξιότητές τους στην αποτελεσματική διαχείριση της πληροφορίας και των επαγγελματικών σχέσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση των διαφορετικών επικοινωνιακών πλατφορμών και στη διαχείριση των πληροφοριών με ασφάλεια και αποτελεσματικότητα. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τη σημασία της επικοινωνίας στη διαχείριση έργων και στην ανάπτυξη επαγγελματικών σχέσεων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η διεξαγωγή πρακτικών ασκήσεων με χρήση εργαλείων συνεργασίας, όπως εργαλεία διαχείρισης ηλεκτρονικών εγγράφων. Η εξάσκηση σε εργαλεία τηλεδιάσκεψης και η ανάπτυξη δεξιοτήτων επικοινωνίας μέσω υπολογιστών ενισχύουν την κατανόηση και την εφαρμογή των γνώσεων που αποκτούν. Η πρακτική εφαρμογή των εννοιών που έχουν μάθει ενισχύει την επιτυχή προσαρμογή τους στον επαγγελματικό τους βίο.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Φαναριώτης, Π. (2010). *Επιχειρησιακή επικοινωνία: εισαγωγή στη θεωρία και τεχνική της σύγχρονης επιχειρησιακής επικοινωνίας* (Β' έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Βίθυνος, Μ., Παπαμαύρου, Ε. & Σπηλιώτης, Κ. (2015). *Επικοινωνία - διαπροσωπικές σχέσεις*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3942>

Συμπληρωματικές

1. Ασπρίδης, Γ., Τσέλιος, Μ. & Ρωσσίδης, Γ. (2018). *Επιχειρησιακές επικοινωνίες: θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Hartley, P. & Bruckmann, C. (2008). *Business communication*. London: Routledge. Ανακτήθηκε από: <https://dcomm.org/wp-content/uploads/2019/05/Business-Communication-PDFDrive.com-.pdf>

2.2.Η • ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να παρουσιάσει τα βασικά θέματα που σχετίζονται με τη βιομηχανία των αερομεταφορών, αλλά και να δώσει μια ευρεία και ολοκληρωμένη εικόνα των βασικών δομών που συγκροτούν τις διεθνείς σχέσεις ανάμεσα στις χώρες του κόσμου και, κατ' επέκταση, στον τομέα του τουρισμού. Παρουσι-

άζονται ορολογίες και συντομογραφίες που χρησιμοποιούνται από τις αεροπορικές εταιρείες και αναλύονται βασικές γνώσεις για τύπους αεροσκαφών και υδροπλάνων. Παρουσιάζονται οι υπηρεσίες κατά την πτήση (in-flight services), οι υπηρεσίες των αεροδρομίων και οι κανονισμοί που αφορούν τις αποσκευές. Επιπροσθέτως, αναδεικνύεται η ανάγκη για διεθνείς σχέσεις ανάμεσα στις χώρες του κόσμου, καθώς αυτές ενισχύουν την αναγκαιότητα και τη σκοπιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν την έννοια των διεθνών οργανισμών,
- Συνδέουν την έννοια των διεθνών συνθηκών και των διμερών σχέσεων με τις αερομεταφορές και τον τουρισμό,
- Αποκωδικοποιούν τον ρόλο που διαδραματίζουν στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία οι περιφερειακοί και οι εθνικοί ταξιδιωτικοί οργανισμοί,
- Ερμηνεύουν την έννοια των πρωτοκόλλων στις διεθνείς μεταφορές, με έμφαση στις εναέριες,
- Διαχειρίζονται τους βασικούς όρους που χρησιμοποιούνται στις διεθνείς μεταφορές,
- Παρουσιάζουν τους διεθνείς οργανισμούς που ασχολούνται με τον έλεγχο, την εποπτεία και τη συνεργασία με τις διεθνείς μεταφορές και τους σκοπούς της ύπαρξής τους,
- Αποκωδικοποιούν ορολογίες, ορισμούς και συντομογραφίες που χρησιμοποιούνται στις αεροπορικές εταιρείες,
- Αναγνωρίζουν τους βασικούς τύπους αεροσκαφών και υδροπλάνων,
- Διακρίνουν τις ποικίλες κατηγορίες των επιβατών/-ισών,
- Ανταποκρίνονται επαρκώς στις διάφορες κατηγορίες επιβατών/-ισών,
- Απορρίπτουν συμπεριφορές και στάσεις που υποβιβάζουν την εξυπηρέτηση των επιβατών/-ισών στις αερομεταφορές.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διεθνείς οργανισμοί / Διεθνείς συνθήκες / Διμερείς σχέσεις / Ορολογία αερομεταφορών / Περιφερειακοί ταξιδιωτικοί οργανισμοί / Εθνικοί ταξιδιωτικοί οργανισμοί / Πρωτόκολλα διεθνών μεταφορών / Τύποι αεροσκαφών / Κατηγορίες επιβατών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
2	ΟΡΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
3	ΤΥΠΟΙ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ
4	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ
5	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ
6	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
7	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ, ΔΙΜΕΡΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
8	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Η.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Η πρώτη υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες μια θεμελιώδη κατανόηση των βασικών θεμάτων που αφορούν τη βιομηχανία των αερομεταφορών και την πολυπλοκότητα των διεθνών σχέσεων που την επηρεάζουν. Μαθαίνουν για τις κύριες δομές και διαδικασίες που διαμορφώνουν τις αερομεταφορές, καθώς και για τους διεθνείς οργανισμούς και τους κανόνες που τις διέπουν. Αναπτύσσουν γνώσεις σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ αερομεταφορών και τουρισμού και πώς οι διεθνείς σχέσεις επηρεάζουν και ενισχύουν την τουριστική βιομηχανία. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους κατάρτιση στον τομέα των αερομεταφορών. Η κατανόηση των διεθνών οργανισμών, των διμερών σχέσεων και των πρωτοκόλλων στις διεθνείς μεταφορές τους επιτρέπει να λειτουργούν αποτελεσματικά σε ένα διεθνές περιβάλλον και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Σημεία προσοχής περιλαμβάνουν την κατανόηση των βασικών όρων και συντομογραφιών, καθώς και την αναγνώριση της σημασίας των διεθνών συνθηκών και οργανισμών. Συνιστάται η εστίαση στην απομνημόνευση και κατανόηση των βασικών ορολογιών, καθώς και στη μελέτη περιπτώσεων που βοηθούν στην κατανόηση των πρακτικών εφαρμογών των θεωρητικών γνώσεων. Για πρακτική μελέτη, προτείνονται η ανάγνωση και ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων από τη βιομηχανία των αερομεταφορών, η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις και η εκπόνηση εργασιών που επιτρέπουν την εφαρμογή των γνώσεων σε πραγματικά σενάρια.

2.2.Η.2 | ΟΡΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Η υποενότητα αυτή στοχεύει να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις βασικές γνώσεις που αφορούν την ειδική ορολογία και τις συντομογραφίες που χρη-

σιμποιούνται στις αεροπορικές εταιρείες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να αναγνωρίζουν και να κατανοούν τους όρους που χρησιμοποιούνται καθημερινά στις αερομεταφορές, όπως IATA (International Air Transport Association), ICAO (International Civil Aviation Organization), ATC (Air Traffic Control), NOTAM (Notice to Air-men), MTOW (Maximum Takeoff Weight), APU (Auxiliary Power Unit), FMC (Flight Management Computer), RVSM (Reduced Vertical Separation Minimum), PAX (Passengers), ETA/ETD (Estimated Time of Arrival/Departure) και FAA (Federal Aviation Administration). Αυτή η γνώση είναι κρίσιμη για την καριέρα τους, καθώς η κατανόηση και η σωστή χρήση της ορολογίας είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνία και συνεργασία με συναδέλφους, πελάτες και άλλους επαγγελματίες του κλάδου. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποεπάρκεια συνδέονται άμεσα με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς οι αερομεταφορές απαιτούν ακριβή και σαφή επικοινωνία. Σημεία που χρήζουν προσοχής για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες περιλαμβάνουν την εστίαση στην απομνημόνευση των βασικών συντομογραφιών και την κατανόηση του πλαισίου μέσα στο οποίο χρησιμοποιούνται. Είναι σημαντικό να αναγνωρίζουν πότε και πώς να χρησιμοποιούν την ορολογία, καθώς και να διατηρούνται ενημερωμένοι/-ες για τις νέες τάσεις και αλλαγές στην αεροπορική βιομηχανία. Για να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους σε αυτή την υποεπάρκεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να κάνουν εξάσκηση μέσω παιχνιδιών ρόλων για την απομνημόνευση συντομογραφιών, καθώς και να συμμετέχουν σε πρακτικές ασκήσεις σε περιβάλλον προσομοίωσης.

2.2.H.3 | ΤΥΠΟΙ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ

Σε αυτή την υποεπάρκεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν βασικές γνώσεις για τα διάφορα είδη αεροσκαφών και υδροπλάνων που χρησιμοποιούνται στις αερομεταφορές. Αναγνωρίζουν και περιγράφουν τα χαρακτηριστικά των βασικών τύπων αεροσκαφών, όπως τα αεροσκάφη στενής και ευρείας ατράκτου (narrow-and wide-body aircraft), καθώς και των υδροπλάνων που χρησιμοποιούνται σε περιοχές με μεγάλες υδάτινες επιφάνειες. Ανακαλούν τα τεχνικά χαρακτηριστικά κάθε τύπου αεροσκάφους και υδροπλάνου, συμπεριλαμβανομένων των μέγιστων αποστάσεων πτήσης, των δυνατοτήτων μεταφοράς επιβατών και φορτίου, καθώς και των απαιτήσεων καυσίμου. Ενημερώνονται για τις απαιτήσεις συντήρησης και λειτουργίας για κάθε τύπο αεροσκάφους και υδροπλάνου, συμπεριλαμβανομένων των τακτικών ελέγχων και των πρωτοκόλλων ασφαλείας. Η κατανόηση της ειδικής ορολογίας επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να επικοινωνούν αποτελεσματικά με άλλους επαγγελματίες στον τομέα των αερομεταφορών και του τουρισμού, διευκολύνοντας τη συνεργασία μεταξύ διαφορετικών τμημάτων και υπηρεσιών. Σημεία προσοχής για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες περιλαμβάνουν την κατανόηση των τεχνικών χαρακτηριστικών κάθε τύπου αεροσκάφους, τις λειτουργικές διαφορές μεταξύ των αεροσκαφών και των υδροπλάνων, καθώς και τις ειδικές απαιτήσεις

συντήρησης και λειτουργίας τους. Συνιστώνται πρακτικές μελέτης όπως η ανάλυση μελετών περίπτωσης (case studies) πραγματικών πτήσεων και η παρακολούθηση εκπαιδευτικών βίντεο για τους διαφορετικούς τύπους αεροσκαφών.

2.2.Η.4 | ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ

Στην υποενοότητα που ακολουθεί, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές υπηρεσίες που προσφέρονται τόσο κατά τη διάρκεια της πτήσης όσο και στο αεροδρόμιο, καθώς και τους κανονισμούς που τις διέπουν. Στην πτήση, οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν τα γεύματα, τις επιλογές ψυχαγωγίας, τις υπηρεσίες υγείας και ασφάλειας, καθώς και τις εξειδικευμένες υπηρεσίες για επιβάτες με ειδικές ανάγκες. Επικεντρώνονται στην κατανόηση των διαφορών ανάμεσα στις παρεχόμενες υπηρεσίες στις διάφορες κατηγορίες θέσεων (οικονομική, business class, πρώτη θέση), καθώς και στη διαχείριση των αναγκών των επιβατών με ειδικές απαιτήσεις. Η τήρηση των κανονισμών ασφαλείας και υγείας είναι ζωτικής σημασίας για την παροχή ποιοτικής εξυπηρέτησης. Στο αεροδρόμιο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις διαδικασίες διαχείρισης επιβατών και αποσκευών, όπως τον έλεγχο εισιτηρίων και τις υπηρεσίες ασφαλείας, ενώ εξοικειώνονται με τους κανονισμούς για τις αποσκευές, όπως οι περιορισμοί βάρους, διαστάσεων και επικίνδυνων υλικών. Επίσης, αναγνωρίζουν τη σημασία της σωστής διαχείρισης απολεσθέντων αντικειμένων και της αποζημίωσης για χαμένες ή κατεστραμμένες αποσκευές. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σωστή εφαρμογή των κανονισμών και στην επίδραση των υπηρεσιών αεροδρομίου στη συνολική εμπειρία του επιβάτη. Προτείνονται πρακτικές μελέτες και ασκήσεις ρόλων για την ανάπτυξη δεξιοτήτων εξυπηρέτησης και διαχείρισης κρίσεων.

2.2.Η.5 | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Στην παρούσα υποενοότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση πελατών, επικεντρωμένες στις ανάγκες των διαφόρων κατηγοριών επιβατών. Μαθαίνουν να διακρίνουν τις κατηγορίες θέσεων, όπως η οικονομική, η επιχειρηματική και η πρώτη θέση, και κατανοούν τις διαφορές στις υπηρεσίες και τις ανέσεις που προσφέρονται σε κάθε μία από αυτές, όπως τα καθίσματα, το φαγητό και οι εν πτήσει υπηρεσίες. Επιπλέον, εστιάζονται στη διαχείριση των αναγκών των επιβατών με ειδικές απαιτήσεις, όπως επιβάτες με κινητικά προβλήματα, διατροφικές αλλεργίες ή άλλες ειδικές προτιμήσεις, καθώς και στην παροχή πρόσθετων ανέσεων σε επιβάτες με παιδιά, όπως βρεφικά καθίσματα ή παιχνίδια. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εκπαιδεύονται, επίσης, στο πώς να διαχειρίζονται προκλήσεις, όπως καθυστερήσεις πτήσεων, απώλειες αποσκευών και παράπονα σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών. Αναπτύσσουν την ικανότητα να προσφέρουν αποτελεσματικές λύσεις που ικανοποιούν τους επιβάτες, όπως η παροχή εναλλακτικών πτήσεων, αποζημιώσεων ή δωρεάν υπηρεσιών. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην κατανόηση των διαφορών στις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των επιβατών κάθε κατηγορίας,

καθώς και στην ικανότητα να αντιμετωπίζουν δύσκολες καταστάσεις με ψυχραιμία και επαγγελματισμό. Για την ενίσχυση της μάθησης, συνιστάται η συμμετοχή των εκπαιδευομένων σε πρακτικές ασκήσεις και παιχνίδια ρόλων, όπου προσομοιώνουν πραγματικές καταστάσεις εξυπηρέτησης πελατών. Επιπλέον, η ανάλυση περιπτώσεων (case studies), όπως η διαχείριση κρίσεων λόγω καθυστερήσεων πτήσεων ή η επίλυση παραπόνων για χαμένες αποσκευές, σε συνδυασμό με ανατροφοδότηση από επαγγελματίες του χώρου, παρέχουν πολύτιμη εμπειρία και ενισχύουν την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη.

2.2.H.6 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν τον ρόλο και τις λειτουργίες των διεθνών οργανισμών που ασχολούνται με την εποπτεία, τον έλεγχο και τη συνεργασία στις αερομεταφορές. Εξετάζουν οργανισμούς, όπως η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (IATA), ο Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO) και η Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Ασφάλειας της Αεροπορίας (EASA). Κατανοούν τις διεθνείς κανονιστικές απαιτήσεις και τα πρότυπα που επηρεάζουν τη λειτουργία των αερομεταφορών, όπως οι κανονισμοί για την ασφάλεια πτήσεων, τη διαχείριση αεροδρομίων, τις εκπομπές ρύπων και την προστασία των επιβατών. Επιπλέον, αποκτούν γνώσεις για τις διαδικασίες πιστοποίησης αεροσκαφών και πιλότων, τις διεθνείς συμφωνίες για την εναέρια κυκλοφορία και τα μέτρα ασφάλειας στα αεροδρόμια. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν την ικανότητα να ερμηνεύουν και να εφαρμόζουν τις πολιτικές και τα πρότυπα των διεθνών οργανισμών στις καθημερινές τους εργασίες, εντοπίζοντας και αντιμετωπίζοντας θέματα συμμόρφωσης. Επίσης, μαθαίνουν να επικοινωνούν αποτελεσματικά με διεθνείς φορείς και αρχές, ενώ κατανοούν τις διαφορές μεταξύ των οργανισμών, των ρόλων και των αρμοδιοτήτων τους. Εστιάζουν στις πρόσφατες εξελίξεις και αλλαγές στις διεθνείς κανονιστικές απαιτήσεις, παρακολουθώντας τα νέα πρότυπα για την ασφάλεια των αερομεταφορών, τη βελτίωση της αποδοτικότητας των πτήσεων και την ενίσχυση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Για την αποτελεσματική κατανόηση αυτής της υποενότητας, προτείνεται η μελέτη των επίσημων ιστοσελίδων των οργανισμών, όπως η IATA και η ICAO, καθώς και η ανάγνωση των σχετικών κανονισμών και οδηγιών. Επιπλέον, η χρήση προσομοιώσεων και η ανάλυση περιπτώσεων που αφορούν την εφαρμογή διεθνών κανονισμών σε πραγματικά σενάρια, βοηθούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να συνδυάσουν τη θεωρητική γνώση με την πρακτική εφαρμογή, κατανοώντας πλήρως την επίδραση των κανονισμών στις καθημερινές λειτουργίες των αερομεταφορών.

2.2.H.7 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ, ΔΙΜΕΡΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Στην παρούσα υποενότητα γίνεται μια εκτενής αναφορά στις βασικές διεθνείς συνθήκες και κανονισμούς που ρυθμίζουν τις αερομεταφορές, καθώς και στις διμερείς

σχέσεις μεταξύ χωρών που επηρεάζουν σημαντικά τον τομέα. Οι αερομεταφορές, ως ένας από τους πιο ρυθμιζόμενους κλάδους, απαιτούν την ύπαρξη σαφών νομικών πλαισίων και συμφωνιών μεταξύ των κρατών για τη διασφάλιση της ασφάλειας, της αποτελεσματικότητας και της αμοιβαίας συνεργασίας. Συνθήκες, όπως η Συνθήκη του Σικάγο του 1944, που ίδρυσε τον Διεθνή Οργανισμό Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO), και η Αεροπορική Συμφωνία ΕΕ-ΗΠΑ, αποτελούν θεμελιώδη κείμενα για τη διασφάλιση της ασφάλειας και της απρόσκοπτης συνεργασίας μεταξύ των κρατών σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να κατανοήσουν πώς αυτές οι διεθνείς συμφωνίες διαμορφώνουν το νομικό πλαίσιο και συμβάλλουν στη διατήρηση και τη σωστή λειτουργία των αερομεταφορών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνονται για τα σύγχρονα πρωτόκολλα ασφαλείας, όπως το Annex 17 του ICAO, το οποίο έχει ως στόχο να αποτρέψει παράνομες παρεμβάσεις στις πτήσεις, καθώς και για τους κανονισμούς που αφορούν τη μεταφορά επικίνδυνων υλικών, όπως τα εκρηκτικά και τα εύφλεκτα υγρά, σύμφωνα με τις οδηγίες της Διεθνούς Ένωσης Αεροπορικών Μεταφορών (IATA). Επίσης, κατανοούν τα πρωτόκολλα για την ασφαλή διακίνηση των επιβατών στα αεροδρόμια και τις διαδικασίες εξυπηρέτησης ατόμων με αναπηρία, βάσει του κανονισμού της ΕΕ 1107/2006. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να μελετήσουν πραγματικά περιστατικά και συμβάντα που σχετίζονται με παραβιάσεις κανονισμών ή ατυχήματα, ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τη σημασία της αυστηρής τήρησης των διεθνών κανόνων που διέπουν τις αερομεταφορές.

2.2.Η.8 | ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Στην τελευταία υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται την κρισιμότητα των διεθνών σχέσεων για την ανάπτυξη και ενίσχυση της τουριστικής βιομηχανίας. Συγκεκριμένα, εξετάζουν πώς οι διπλωματικές σχέσεις, οι διεθνείς συνθήκες και οι συνεργασίες μεταξύ χωρών επηρεάζουν τις αερομεταφορές και τον τουρισμό. Αποκτούν γνώσεις σχετικά με τους διεθνείς οργανισμούς, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) και η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (IATA), και τον ρόλο τους στην προώθηση της συνεργασίας και της ανάπτυξης του τουριστικού τομέα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τις στρατηγικές και τις πολιτικές που διευκολύνουν την προσέλκυση τουριστών και την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών. Επιπλέον, αναπτύσσουν την ικανότητα να εργάζονται αποτελεσματικά σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα και να διαχειρίζονται διασυνοριακές συνεργασίες. Τα σημεία προσοχής αφορούν την κατανόηση των πολιτικών και οικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τις διεθνείς σχέσεις και τον τουρισμό, όπως οι βίζες, οι δασμοί και οι φορολογικές πολιτικές. Επίσης, εξετάζουν τις πρωτοβουλίες που λαμβάνονται σε διεθνές επίπεδο για την υποστήριξη του τουριστικού τομέα, όπως τα διεθνή συνέδρια και οι εμπορικές εκθέσεις. Συνιστάται η εμβάθυνση στις επιπτώσεις των διεθνών κρίσεων, όπως η πανδημία Covid-19 και οι πολιτικές αλλαγές στον τουρισμό. Για την καλύτερη κατανόηση αυτής της υποενότητας, προτείνεται η μελέτη περιπτώσεων

(case studies), όπως οι επιπτώσεις του Brexit στον τουρισμό ή η τουριστική ανάπτυξη στην Κίνα, και η ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων διεθνών σχέσεων που έχουν επηρεάσει τον τουρισμό, όπως οι συνεργασίες για την προώθηση συγκεκριμένων τουριστικών προορισμών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Προφυλλίδης, Β. (2010). *Αεροπορικές μεταφορές και αεροδρόμια*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
2. Τριανταφύλλου, Δ., Υφαντής, Κ. & Χατζηβασιλείου, Ε. (επιμ.). (2008). *Διεθνείς σχέσεις: σύγχρονη θεματολογία και προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Συμπληρωματικές

1. Crocker, D. (1999). *Dictionary of aviation* (2nd edition). London: Εκδόσεις Black. Ανακτήθηκε από: <https://www.theairlinepilots.com/forumarchive/aviation-regulations/aviationdictionary.pdf>
2. Cook, G. N. & Billig, B. G. (2017). *Airline operations and management: a management textbook*. London: Routledge.
3. Kumar, B., De Remer, D. & Marshall, D. M. (2005). *An illustrated dictionary of aviation*. New York: McGraw-Hill.

2.2.Θ • ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι η αναλυτική παρουσίαση της σχετικής νομοθεσίας που διέπει τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου. Αναλύονται οι γενικές υποχρεώσεις του τουριστικού γραφείου, αλλά και αυτές προς τα ξενοδοχεία, καθώς και οι σχετικές υποχρεώσεις έκδοσης θεωρημένων δελτίων εκδρομών, περιηγήσεων και μεταφοράς προσώπων (transfers). Επιπλέον, αναλύονται οι σχετικές κυρώσεις που προβλέπονται από τον νόμο για τα τουριστικά γραφεία και προσεγγίζεται η οργάνωση ταξιδιών στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμη, η ενότητα αποσκοπεί στην παρουσίαση των βασικών νομικών εννοιών που σχετίζονται με τη λειτουργία μιας εμπορικής επιχείρησης. Παρουσιάζεται συνοπτικά το δίκαιο που διέπει τις εμπορικές πράξεις, οι διαφορετικές κατηγορίες εταιρειών (π.χ. ομόρρυθμη εταιρεία, ετερόρρυθμη εταιρεία, ανώνυμη εταιρεία), καθώς και η έννοια και η χρησιμότητα των αξιογράφων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ορίζουν τι είναι τουριστικό γραφείο, πώς ιδρύεται και πώς λειτουργεί βάσει της σχετικής νομοθεσίας,
- Ταξινομούν τα τουριστικά γραφεία και τις υπηρεσίες που προσφέρουν βάσει της σχετικής νομοθεσίας,
- Περιγράφουν τις κύριες τουριστικές συμβάσεις που συνάπτει ένα τουριστικό γραφείο (ξενοδοχειακές συμβάσεις διεθνούς χαρακτήρα, ναυλώσεις, κρουαζιέρες),
- Παρουσιάζουν τους αρμόδιους ελεγκτικούς και εποπτικούς μηχανισμούς, καθώς και τις σχετικές κυρώσεις που αφορούν ένα τουριστικό γραφείο,
- Υποστηρίζουν την ορθή εφαρμογή της τουριστικής νομοθεσίας στο πλαίσιο της καθημερινής λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου,
- Περιγράφουν τις έννοιες του/της εμπόρου και των εμπορικών πράξεων,
- Παρουσιάζουν τις μορφές εταιρειών που ορίζει ο νόμος και τα χαρακτηριστικά τους,
- Αναφέρουν τα κυριότερα αξιόγραφα που είναι σε ευρεία χρήση στην τουριστική αγορά,
- Εφαρμόζουν τη σωστή χρήση των αξιογράφων με βάση τις διαδικασίες που προβλέπει η σχετική νομοθεσία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστικό γραφείο / Τουριστικές συμβάσεις / Τουριστική νομοθεσία / Εμπορικό δίκαιο / Δίκαιο προσωπικών εταιρειών / Δίκαιο κεφαλαιουχικών εταιρειών.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ
2	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ
3	ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ
4	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ
5	ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
6	ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.2.Θ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Η πρώτη μαθησιακή υποενότητα αποτελεί την εισαγωγή στην έννοια και τη νομοθεσία που διέπει τα τουριστικά γραφεία. Αυτή η υποενότητα είναι κρίσιμη για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες, καθώς τους εισάγει στο νομικό πλαίσιο που ρυθμίζει και διέπει τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 393/1976 (ΦΕΚ Α' 199), όπως ισχύει. Τα τουριστικά γραφεία ορίζονται ως μόνιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν τη μεταφορά, διακίνηση ή διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων, εντός και εκτός της χώρας. Αναλυτικότερα, τα τουριστικά γραφεία αναλαμβάνουν: α) την κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων, χρησιμοποιώντας ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα, β) τη μεσολάβηση για την ενοίκιαση καταλύματος, την παροχή σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μεταφορικών μέσων, γ) τη μεσολάβηση για την έκδοση εισιτηρίων για κάθε μεταφορικό μέσο, δ) τη διαμεσολάβηση για τη διοργάνωση συνεδρίων, ε) την παραλαβή και αποστολή αποσκευών τουριστών, στ) τη μεσολάβηση για την έκδοση διαβατηρίων, ζ) την παροχή υπηρεσιών σχετικών με τον τουρισμό, όπως η προβολή τουριστικών μονάδων ή η διάθεση εισιτηρίων για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, η) την παροχή υπηρεσιών και διοργάνωση δραστηριοτήτων θεματικού τουριστικού χαρακτήρα και θ) τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών τουριστικού συνοδού. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εξοικειωθούν με τις παραπάνω λειτουργίες και θα κατανοήσουν τη σημασία της νομοθεσίας για την εύρυθμη λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Επιπλέον, θα μάθουν να χρησιμοποιούν την ορολογία του κλάδου και να αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές που διέπουν την ίδρυση και λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων. Για την ενίσχυση της διδασκαλίας, προτείνεται η χρήση διαφανειών (PowerPoint), νομοθετικών κειμένων και πρακτικών παραδειγμάτων για την κατανόηση των εφαρμοζόμενων διατάξεων.

2.2.Θ.2 | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Η δεύτερη μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη λειτουργία και τις υπηρεσίες ενός τουριστικού γραφείου, δίνοντας έμφαση στον τρόπο ίδρυσης και λειτουργίας του, σύμφωνα με τη νομοθεσία (Ν. 393/1976, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει σήμερα). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μάθουν ότι, για να λειτουργήσει ένα τουριστικό γραφείο, πρέπει να υποβληθεί αίτηση αναγγελίας λειτουργίας στην αρμόδια Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού. Η βεβαίωση συνδρομής των νόμιμων προϋποθέσεων χορηγείται σε όσους/-ες πληρούν τις προβλεπόμενες από την κείμενη νομοθεσία προϋποθέσεις. Περαιτέρω, στην υποενότητα αυτή οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μάθουν να ταξινομούν τα τουριστικά γραφεία και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, βάσει της σχετικής νομοθεσίας. Τα τουριστικά γραφεία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με το εύρος και τον τύπο των υπηρεσιών που παρέχουν. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα περιγράψουν τις κύριες τουριστικές συμβάσεις που συνάπτει ένα τουριστικό

γραφείο. Αυτές περιλαμβάνουν ξενοδοχειακές συμβάσεις διεθνούς χαρακτήρα, ναυλώσεις πλοίων και κρουαζιέρες. Κατανοώντας αυτές τις συμβάσεις, οι καταρτιζόμενοι/-ες θα μπορέσουν να εκτιμήσουν τη σημασία τους στη συνολική λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα εργαστούν σε ομάδες για την προσομοίωση διαδικασιών ίδρυσης και λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου, αποκτώντας πρακτική εμπειρία και εμπέδωση των γνώσεων. Με την ολοκλήρωση της μαθησιακής υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι σε θέση να περιγράψουν με σαφήνεια τη διαδικασία ίδρυσης και λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου, να ταξινομήσουν τα τουριστικά γραφεία βάσει των υπηρεσιών που προσφέρουν και να αναγνωρίζουν τις βασικές τουριστικές συμβάσεις που συνάπτονται στον κλάδο.

2.2.Θ.3 | ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, παρουσιάζεται ο έλεγχος και η εποπτεία των τουριστικών γραφείων. Η υποενότητα αυτή είναι κρίσιμη για την κατανόηση των μηχανισμών που διασφαλίζουν την ορθή λειτουργία των τουριστικών γραφείων και τη συμμόρφωσή τους με τη νομοθεσία. Η λειτουργία των τουριστικών γραφείων ελέγχεται και εποπτεύεται από την αρμόδια Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού (ΠΥΤ) και την Τουριστική Αστυνομία. Ο έλεγχος αφορά την τήρηση των όρων λειτουργίας του τουριστικού γραφείου σύμφωνα με τη νομοθεσία και την εκπλήρωση των υποχρεώσεων που αναλαμβάνει το τουριστικό γραφείο προς τους συναλλασσόμενους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μάθουν να παρουσιάζουν τους αρμόδιους ελεγκτικούς και εποπτικούς μηχανισμούς, καθώς και τις σχετικές κυρώσεις που αφορούν ένα τουριστικό γραφείο. Η ΠΥΤ και η Τουριστική Αστυνομία έχουν την ευθύνη να διασφαλίζουν ότι τα τουριστικά γραφεία τηρούν τις προδιαγραφές λειτουργίας, όπως ορίζονται από τη σχετική νομοθεσία (Ν. 393/1976). Αυτό περιλαμβάνει την εξέταση των αδειοδοτήσεων, τη διασφάλιση της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών και την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να εφαρμόζουν ορθά την τουριστική νομοθεσία στο πλαίσιο της καθημερινής λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου. Θα μελετηθούν οι σχετικές κυρώσεις που προβλέπονται από τον νόμο για τα τουριστικά γραφεία, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν χρηματικά πρόστιμα, αναστολή ή ακύρωση της άδειας λειτουργίας και άλλες διοικητικές ποινές. Με την ολοκλήρωση της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να περιγράψουν τους ελεγκτικούς και εποπτικούς μηχανισμούς, να εξηγούν τη σημασία της συμμόρφωσης με τη νομοθεσία και να αναγνωρίζουν τις κυρώσεις που μπορεί να επιβληθούν σε περίπτωση μη συμμόρφωσης. Θα κατανοήσουν τη σημασία της εποπτείας για τη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και της προστασίας των τουριστών.

2.2.Θ.4 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ

Σκοπός της μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες αρχικά στην έννοια του εμπορίου, στα συστατικά στοιχεία της εμπορι-

κότητα, στην έννοια του εμπορικού δικαίου, στις δραστηριότητες που ρυθμίζει ο συγκεκριμένος κλάδος του δικαίου, προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να ορίζουν βασικές έννοιες του εμπορικού-εταιρικού δικαίου. Στη συνέχεια, θα γίνει εκτενής αναφορά στις πηγές και βασικές αρχές του εμπορικού δικαίου και συγκεκριμένα στην αρχή της σημαντικής δράσης, στην αρχή της χρηματικής συναλλαγής, στη δυναμική και τη διεθνή οπτική του εμπορικού δικαίου, στην αρχή της αποτελεσματικότητας του εμπορικού δικαίου και στην αρχή της ελεύθερης δράσης. Έπειτα, στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μάθουν να ιεραρχούν τις βασικές και τις έμμεσες ή δευτερογενείς πηγές του εμπορικού δικαίου, ενώ σημαντικό είναι να αναλύουν τη σχέση εμπορικού και αστικού δικαίου, καθώς το εμπορικό δίκαιο είναι τμήμα του ιδιωτικού δικαίου. Σε κάθε εμπορική σχέση εφαρμόζονται οι γενικοί κανόνες του αστικού δικαίου και ειδικοί κανόνες προβλέπονται γι' αυτήν από το εμπορικό δίκαιο. Επόμενο σημαντικό σημείο της υποενότητας είναι οι καταρτιζόμενοι/-ες να κωδικοποιούν τις επιμέρους διαιρέσεις του εμπορικού δικαίου σε γενικό μέρος, δίκαιο βιομηχανικής ιδιοκτησίας, δίκαιο των εμπορικών εταιρειών και δίκαιο των αξιολογίων, τα οποία είναι σε ευρεία χρήση στην τουριστική αγορά. Τέλος, θα παρουσιαστούν και τα συστήματα εμπορικότητας, τα οποία αποτελούν νομική μέθοδο, διά της οποίας προσδίδεται σε κάποια πράξη/δραστηριότητα ή σε κάποιο πρόσωπο η ιδιότητα της εμπορικότητας και επιφέρει έννομες συνέπειες που υπόκεινται σε διαφορετική ρύθμιση και καθεστώς από ό,τι εάν προσδιορίζονταν απλώς ως αστικές. Προτεινόμενη εκπαιδευτική τεχνική είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση.

2.2.Θ.5 | ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Σκοπός της μαθησιακής υποενότητας είναι να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες αφενός στις μορφές των εμπορικών εταιρειών, αφού οι ίδιοι/-ες θα μπορούν, εφόσον το επιθυμούν, να ιδρύσουν τη δική τους εταιρεία με αντικείμενο σχετιζόμενο με τον τουριστικό τομέα, και αφετέρου να διακρίνουν τις εταιρείες σε προσωπικές και κεφαλαιουχικές, που είναι και ο βασικός διαχωρισμός τους. Το κριτήριο για τη διάκριση αυτή είναι η σημασία του προσώπου των εταίρων ή του κεφαλαίου τόσο κατά τη σύσταση όσο και κατά τη λειτουργία της εταιρείας. Στις προσωπικές η σημασία του προσώπου του εταίρου είναι μεγαλύτερη από αυτή του κεφαλαίου, ενώ στις κεφαλαιουχικές η σημασία αυτή είναι ελάχιστη, με αποτέλεσμα το σημαντικότερο στοιχείο αυτών να είναι το κεφάλαιο. Περαιτέρω, σκοπός της υποενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν εκείνες τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται, ώστε να υιοθετούν νομικές έννοιες και ορολογία του δικαίου των προσωπικών εταιρειών, να ερμηνεύουν τις έννοιες αυτές και να κατηγοριοποιούν τις προσωπικές εταιρείες, που είναι: η αστική εταιρεία, η Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ), η Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ) και η αφανής εταιρεία. Σημαντικό σημείο της υποενότητας είναι να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τις βασικές αρχές που ισχύουν σε όλες τις προσωπικές εταιρείες, ειδικότερα, ότι πρόκειται για σχέση εμπιστοσύνης, ότι υπάρχει

υποχρέωση πίστωσης των εταίρων έναντι των άλλων εταίρων και της εταιρείας, ότι υπάρχει η αρχή της αυτοδιαχείρισης, η αρχή της ισότητας στις σχέσεις μεταξύ των εταίρων και ότι δεν υπάρχει υποχρέωση καταβολής συμπληρωματικών εισφορών χωρίς τη συναίνεση των εταίρων. Η μαθησιακή υποενότητα ολοκληρώνεται με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των προσωπικών εταιρειών, ενώ προτεινόμενη εκπαιδευτική τεχνική είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση.

2.2.Θ.6 | ΔΙΚΑΙΟ ΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της μαθησιακής ενότητας, καθώς επιδιώκει να παρέχει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την αποτελεσματική αναγνώριση και διάκριση των κεφαλαιουχικών εταιρειών, ώστε να γίνεται περισσότερο αντιληπτός ο ρόλος τους στις εμπορικές δραστηριότητες και στο εμπορικό δίκαιο εν γένει. Περαιτέρω, πρόκειται για απαραίτητη γνώση, καθότι οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελλοντικά, ως ελεύθεροι επαγγελματίες, είναι δυνατόν να συστήσουν με άλλους/-ες συναδέλφους/-ισσές τους εταιρεία με αντικείμενο την ειδικότητά τους και θα πρέπει να επιλέξουν την καταλληλότερη μορφή. Στην υποενότητα αυτή θα παρουσιαστεί, αρχικά, ποιες εταιρείες χαρακτηρίζονται ως κεφαλαιουχικές, εκείνες στις οποίες πρωτεύοντα ρόλο παίζουν οι εισφορές των εταίρων, δηλαδή το κεφάλαιο. Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν οι βασικές διαφορές των κεφαλαιουχικών εταιρειών από τις προσωπικές και οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μάθουν περαιτέρω να διακρίνουν και να κωδικοποιούν τις διαφορετικές μορφές των κεφαλαιουχικών εταιρειών, που είναι: η Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ), η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ), η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και η Ετερόρρυθμη κατά Μετοχές Εταιρεία. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί στην Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ), στην έννοια, τα χαρακτηριστικά, τα όργανα διοίκησης, στον τρόπο συγκρότησης και απόκτησης επωνυμίας, στην εμπορική ιδιότητα και στις αιτίες λύσης και εκκαθάρισης της ΑΕ. Επίσης, στο πλαίσιο της παρούσας υποενότητας θα αναπτυχθεί και η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ), που μπορεί να συναντήσουν συνηθέστερα οι εκπαιδευόμενοι/-ες στην πράξη και εισήχθη στο ελληνικό δίκαιο ως μία νέα εταιρική μορφή και δημιουργήθηκε για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων, ιδίως παροχής υπηρεσιών, οι οποίες αποτελούν την πλειονότητα των ελληνικών εταιρειών. Προτεινόμενη εκπαιδευτική τεχνική για την υποενότητα είναι η εμπλουτισμένη εισήγηση.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μυλωνόπουλος, Δ. (2021). *Τουριστικό δίκαιο* (3η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
2. Ρόκας, Ν. (2019). *Εταιρίες. Εισαγωγή στο δίκαιο των εταιριών του εμπορικού δικαίου* (6η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.

Συμπληρωματικές

1. Αναστασόπουλος, Γ. (2019). *Επιτομή εμπορικού δικαίου* (8η έκδοση). Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.
2. Νόμος 393. (1976). *Περί ιδρύσεως και λειτουργίας τουριστικών γραφείων*. ΦΕΚ 199/Α/31.7.1976. Ανακτήθηκε από:
<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/326631/nomos-393-1976>

2.2.1 • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Β΄

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν ικανότητες και δεξιότητες σχετικές με τον τομέα του τουρισμού, όπως η ομαδικότητα, η συνέπεια, η κοινωνικότητα και η ευγένεια. Έρχονται σε επαφή με τον τουριστικό χώρο μέσα από επισκέψεις σε επαγγελματικούς χώρους και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Πραγματοποιούν εργαστηριακές ασκήσεις στον χώρο εκπαίδευσης διαθεματικού περιεχομένου, σχετικού με τις μαθησιακές ενότητες του Εξαμήνου Β΄. Ασχολούνται με το Τμήμα Αερομεταφορών και το Τμήμα Εισερχόμενου και Εξερχόμενου Τουρισμού. Έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή, σε πρακτικό επίπεδο, με θέματα σχετικά με την τουριστική νομοθεσία, τους ταξιδιωτικούς οδηγούς και τη δημιουργία τουριστικών πακέτων. Η πρακτική εφαρμογή σε αυτά τα τμήματα προσφέρει την ευκαιρία για γραπτή και προφορική επικοινωνία με συναδέλφους στα συγκεκριμένα αντικείμενα κατά τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν το νομοθετικό πλαίσιο ενός τουριστικού γραφείου μέσω της επισημάνσης των προκλήσεων και των ιδιοτεροτήτων που τυχόν προκύπτουν κατά την καθημερινή λειτουργία του,

- Ερμηνεύουν την αναγκαιότητα της ορθολογικής και αποτελεσματικής διαχείρισης του τμήματος εξερχόμενου και εισερχόμενου τουρισμού βάσει της καλύτερης εξυπηρέτησης των πελατών/-ισών,
- Αξιοποιούν τη σχετική ορολογία που αφορά τις αερομεταφορές και τη δημιουργία διμερών και διεθνών σχέσεων,
- Συνεργάζονται με συναδελφικότητα και ομαδικό πνεύμα εντός της επιχείρησης, αλλά και με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων,
- Συστηματοποιούν την επιλογή καναλιών διανομής του τουριστικού προϊόντος με στόχο τη μέγιστη κερδοφορία.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διαπροσωπικές δεξιότητες / Επαγγελματικές δεξιότητες / Επικοινωνιακές δεξιότητες / Ενσυναίσθηση / Εργαστηριακές ασκήσεις / Αερομεταφορές / Εισερχόμενος τουρισμός / Τουριστική νομοθεσία / Τουριστικά πακέτα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
2	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΑΜΕΣΗ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΧΩΡΟ
3	ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
4	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
5	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ

Κείμενο αναφοράς

2.2.1.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην πρώτη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις θεμελιώδεις αξίες και δεξιότητες που απαιτούνται για μια επιτυχημένη καριέρα στον τουριστικό τομέα. Η υποενότητα εστιάζεται σε έννοιες όπως η ομαδικότητα, η συνέπεια, η κοινωνικότητα και η ευγένεια. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τη σημασία της συνεργασίας και της αλληλοϋποστήριξης στον χώρο εργασίας, καθώς και πώς να αναπτύσσουν ισχυρές κοινωνικές δεξιότητες για την αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών. Αυτές οι γνώσεις και δεξιότητες είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους ανάπτυξη. Η ομαδικότητα και η συνεργασία με συναδέλφους και πελάτες ενισχύουν την αποδοτικότητα και την ικανοποίηση στον χώρο εργασίας. Η συνέπεια και η ευγένεια συμβάλλουν

στη δημιουργία θετικών εμπειριών για τους πελάτες, αυξάνοντας την πιθανότητα επαναλαμβανόμενης επιχείρησης και συστάσεων. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ανάπτυξη της συναισθηματικής νοημοσύνης, η κατανόηση και ο σεβασμός των πολιτισμικών διαφορών, καθώς και η διαχείριση του χρόνου για τη διασφάλιση της συνέπειας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιάσουν στη διατήρηση μιας θετικής και επαγγελματικής συμπεριφοράς, ακόμα και σε δύσκολες καταστάσεις. Συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συμμετέχουν σε ομαδικές δραστηριότητες και παιχνίδια ρόλων που προσομοιώνουν πραγματικές καταστάσεις στον τουριστικό τομέα. Επίσης, η ανάλυση μελετών περίπτωσης για επιτυχημένες πρακτικές στον τουρισμό μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση και εφαρμογή των βασικών αξιών και δεξιοτήτων.

2.2.1.2 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΑΜΕΣΗ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΧΩΡΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και κατανοούν την πρακτική λειτουργία του τουριστικού τομέα μέσω επισκέψεων σε επαγγελματικούς χώρους, όπως τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Αυτές οι επισκέψεις τους δίνουν την ευκαιρία να δουν από κοντά πώς λειτουργούν οι διάφορες δομές και να αντιληφθούν τις καθημερινές προκλήσεις και πρακτικές. Οι γνώσεις και δεξιότητες που αποκτώνται συνδέονται άμεσα με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς τους επιτρέπουν να κατανοήσουν τις πραγματικές συνθήκες εργασίας στον τομέα του τουρισμού. Μέσω της άμεσης επαφής, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες όπως η επαγγελματική συμπεριφορά, η κατανόηση της σημασίας της εξυπηρέτησης πελατών και η ικανότητα να συνεργάζονται με συναδέλφους και άλλους επαγγελματίες του τουρισμού. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η παρατήρηση των διαδικασιών, η ενεργή συμμετοχή σε συζητήσεις με επαγγελματίες και η καταγραφή σημειώσεων σχετικά με τις πρακτικές που παρατηρούν. Εστιάζουν, επίσης, στη διαχείριση του χρόνου και στη δέσμευση για την επαγγελματική δεοντολογία κατά τη διάρκεια των επισκέψεων. Προτείνεται η εφαρμογή πρακτικών, όπως η δημιουργία ημερολογίων επίσκεψης, όπου καταγράφουν τις παρατηρήσεις τους και τις εντυπώσεις τους από κάθε επίσκεψη. Επίσης, μπορούν να διεξάγουν συνεντεύξεις με επαγγελματίες του κλάδου για να αποκτήσουν βαθύτερη κατανόηση των λειτουργιών και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν. Οι πρακτικές αυτές ενισχύουν την κατανόησή τους και τους προετοιμάζουν καλύτερα για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στον τουριστικό τομέα.

2.2.1.3 | ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην υποενότητα που ακολουθεί, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και εφαρμόζουν θεωρητικές γνώσεις σε πρακτικά σενάρια, καλύπτοντας διάφορους τομείς του τουρισμού. Η υποενότητα αυτή συνδυάζει την ορολογία, τη διαχείριση τουριστικών πακέτων, την τουριστική νομοθεσία και τις αερομεταφορές, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στη μάθηση. Οι γνώσεις και δεξιότητες που αναπτύσσονται

εδώ είναι άμεσα συνδεδεμένες με την άσκηση της ειδικότητας στον τουρισμό. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις στο πώς να διαχειρίζονται πραγματικά προβλήματα και καταστάσεις που μπορεί να αντιμετωπίσουν σε ένα τουριστικό γραφείο. Η εξάσκηση αυτή ενισχύει την ικανότητά τους να σκέφτονται κριτικά, να αναλύουν δεδομένα και να παίρνουν αποφάσεις με βάση τις πραγματικές συνθήκες. Σημεία προσοχής, στα οποία πρέπει να εστιαστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, περιλαμβάνουν την ακρίβεια στην εφαρμογή της ορολογίας, την κατανόηση των νομικών πλαισίων που διέπουν τον τουρισμό και τη συνεχή ενημέρωση για τις εξελίξεις στις αερομεταφορές. Επίσης, είναι σημαντικό να διατηρούν υψηλά πρότυπα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας κατά την πρακτική τους εξάσκηση. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συμμετέχουν σε προσομοιώσεις πραγματικών εργασιακών καταστάσεων, να μελετούν μελέτες περίπτωσης και να συνεργάζονται σε ομάδες για την επίλυση σύνθετων προβλημάτων.

2.2.1.4 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Στην υποενότητα «Διαχείριση και ορολογία αερομεταφορών», οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές έννοιες και κατανοούν τη χρήση της εξειδικευμένης ορολογίας που αφορά τις αερομεταφορές. Κατανοούν τις διαδικασίες κράτησης και διαχείρισης πτήσεων, καθώς και τη σημασία της ορθής χρήσης της ορολογίας στην επαγγελματική επικοινωνία. Οι γνώσεις που αποκτούν συνδέονται άμεσα με την ειδικότητά τους, καθώς η ακριβής και αποτελεσματική χρήση της ορολογίας αερομεταφορών είναι απαραίτητη για την κράτηση και έκδοση εισιτηρίων, τη διαχείριση πελατών και τη συνεργασία με αεροπορικές εταιρείες. Επιπλέον, αναγνωρίζουν και διαχειρίζονται διαφορετικούς τύπους ταξιδιών στο πλαίσιο διμερών και διεθνών σχέσεων. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση των διαφορετικών τύπων αεροπορικών ναύλων και η σωστή ερμηνεία των κανονισμών που σχετίζονται με τον υπολογισμό τους. Η προσοχή στη λεπτομέρεια είναι κρίσιμη για την αποφυγή λαθών που μπορεί να επηρεάσουν την ικανοποίηση των πελατών και την αξιοπιστία της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να χρησιμοποιούν τα συστήματα Global Distribution Systems (GDS) για τη διαχείριση των κρατήσεων και την επεξεργασία πληροφοριών πτήσεων. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση, συνιστάται η μελέτη πραγματικών σεναρίων κρατήσεων, η πρακτική εξάσκηση στη χρήση των συστημάτων GDS και η συμμετοχή σε σεμινάρια ή εργαστήρια που επικεντρώνονται στη διαχείριση αερομεταφορών. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να ασκηθούν σε προσομοιώσεις που περιλαμβάνουν τις τηρούμενες διαδικασίες κατά τη διάρκεια της πτήσης και την επίλυση προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την κράτηση και την πτήση. Με αυτόν τον τρόπο, αποκτούν τις απαραίτητες δεξιότητες για να διαχειρίζονται αποτελεσματικά ζητήματα του τομέα των αερομεταφορών και να παρέχουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες στους πελάτες τους.

2.2.1.5 | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν, διαχειρίζονται και οργανώνουν τις διαδικασίες που αφορούν τόσο τον εισερχόμενο όσο και τον εξερχόμενο τουρισμό. Αναλύουν τις διαδικασίες υποδοχής και εξυπηρέτησης των τουριστών που φτάνουν στον προορισμό (εισερχόμενος τουρισμός), καθώς και τον προγραμματισμό και την οργάνωση ταξιδιών για τουρίστες που αναχωρούν από τον προορισμό (εξερχόμενος τουρισμός). Οι γνώσεις που αποκτούν συνδέονται άμεσα με την ειδικότητά τους, καθώς οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις ανάγκες των πελατών, διαχειρίζονται κρατήσεις, συντονίζουν μεταφορές και διαμονές και προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Αναπτύσσουν δεξιότητες που είναι κρίσιμες για την επιτυχή λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου, όπως η αποτελεσματική επικοινωνία, η διαχείριση του χρόνου και των πόρων και η εξυπηρέτηση πελατών. Σημεία προσοχής, στα οποία προτείνεται να εστιαστούν, περιλαμβάνουν την ακρίβεια και την οργάνωση στις κρατήσεις, την ευαισθησία στις πολιτισμικές διαφορές των τουριστών και την ικανότητα να προσαρμόζονται σε απρόβλεπτες καταστάσεις. Είναι σημαντικό να διασφαλίζεται η ποιότητα των υπηρεσιών και η ικανοποίηση των πελατών. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμμετέχουν σε προσομοιώσεις κρατήσεων, να αναλύουν πραγματικά σενάρια διαχείρισης τουριστικών ομάδων και να μελετούν επιτυχημένα παραδείγματα από την πρακτική λειτουργία τουριστικών γραφείων.

2.2.1.6 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τη σημασία και την εφαρμογή των νομοθετικών διατάξεων που διέπουν τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Ειδικότερα, εστιάζονται στις νομικές απαιτήσεις για τη δημιουργία και πώληση τουριστικών πακέτων, τις υποχρεώσεις απέναντι στους πελάτες και τις ρυθμίσεις που αφορούν την ασφάλεια και προστασία των καταναλωτών. Αυτές οι γνώσεις είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους εξέλιξη, καθώς τους επιτρέπουν να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία και να αποφεύγουν νομικές επιπλοκές. Οι δεξιότητες που αναπτύσσουν περιλαμβάνουν την ικανότητα δημιουργίας ολοκληρωμένων και ελκυστικών τουριστικών πακέτων που ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών, ενώ ταυτόχρονα τηρούν τις νομικές απαιτήσεις. Σημεία που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής είναι η ακρίβεια στην κατανόηση και εφαρμογή των νομικών διατάξεων, η συνεχής ενημέρωση για τις αλλαγές στη νομοθεσία και η διασφάλιση της προστασίας των δικαιωμάτων των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιάσουν στη λεπτομερή μελέτη των νομοθετικών κειμένων και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων σύνθεσης τουριστικών πακέτων που είναι ελκυστικά και, ταυτόχρονα, συμμορφωμένα με τη νομοθεσία. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες, οι οποίες περιλαμβάνουν την ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων δημιουργίας και πώλησης τουριστικών πακέτων μέσω μελετών περίπτωσης (case studies), καθώς και την προσομοίωση της διαδικασίας

δημιουργίας και τιμολόγησης πακέτων σε ομάδες εργασίας. Αυτές οι δραστηριότητες συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση και εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη, ενισχύοντας την επαγγελματική ετοιμότητα των εκπαιδευομένων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Ζαχαράτος, Γ. (2003). *Package tour: παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Συμπληρωματικές

1. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2007). *e-tourism*. Αθήνα: Εκδόσεις Ίλων.
2. Crocker, D. (1999). *Dictionary of aviation* (2nd edition). London: Εκδόσεις Black.
Ανακτήθηκε από: <https://www.theairlinepilots.com/forumarchive/aviation-regulations/aviationdictionary.pdf>

2.3 • ΕΞΑΜΗΝΟ Γ΄

2.3.A • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με την εφαρμογή της αγγλικής ορολογίας, η οποία χρησιμοποιείται σε επίπεδο επικοινωνίας για την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και συνεργατών/-τριών των τουριστικών γραφείων. Μέσω της εφαρμογής της αγγλικής γλώσσας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασχολούνται με την αγγλική τουριστική ορολογία, η οποία χρησιμοποιείται σε όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με το τουριστικό πακέτο, τις κρατήσεις εισιτηρίων και την εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών σε όλες τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Εφαρμόζουν γραπτώς την αγγλική τουριστική ορολογία μελετώντας πρακτικά παραδείγματα εξυπηρέτησης τουριστών, σε τουριστικά γραφεία,
- Συντάσσουν κείμενα και επιστολές στα αγγλικά,
- Πραγματοποιούν κρατήσεις στην αγγλική γλώσσα,
- Ελέγχουν την επάρκεια των γνώσεών τους στα αγγλικά μελετώντας πρακτικά παραδείγματα, όπως πληροφορίες για τουριστικά πακέτα, δρομολόγια και συμβουλές, τις οποίες οφείλει να γνωρίζει κάποιος/-α που ταξιδεύει στο εξωτερικό,
- Χρησιμοποιούν την αγγλική ορολογία στην εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών τουριστικών γραφείων κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Συντάσσουν προτάσεις για ταξίδια στην αγγλική γλώσσα,
- Αναγνωρίζουν γραπτά και προφορικά την αγγλική ψηφιακή τουριστική και ταξιδιωτική ορολογία,
- Διακρίνουν την ορολογία του τουριστικού μάρκετινγκ στα αγγλικά,
- Υιοθετούν τη γραπτή και προφορική επικοινωνία στα αγγλικά με άνεση και αυτοπεποίθηση.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Applied tourism terminology / Customer service / Digital tourism / English for travel agencies / Practical examples of tourist services / Proposing a travel package / Reservations in English / Schedules / Texts and letters in English / Tourism marketing terminology / Travel packages.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
2	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
3	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
4	ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
5	ΒΑΣΙΚΗ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
6	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.3.A.1 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η υποενότητα αυτή στοχεύει στην εξοικείωση των εκπαιδευομένων του τομέα του τουρισμού με την αγγλική ορολογία που απαιτείται για τη διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η αποτελεσματική επικοινωνία μέσω email είναι κρίσιμη για την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και την οργάνωση κρατήσεων, προσφορών και άλλων υπηρεσιών. Καλλιεργούνται δεξιότητες σαφούς και κατανοητής γραπτής επικοινωνίας και δίνεται έμφαση στη χρήση καλά δομημένων φράσεων με συνοχή και λογική σειρά ιδεών, καθώς οι πελάτες/-ισσες πρέπει να μπορούν να κατανοήσουν εύκολα το μήνυμα χωρίς περιττές πολυπλοκότητες. Δίνεται έμφαση στην ορθογραφία και στη γραμματική, εφόσον ακόμη και μικρά λάθη μπορούν να προκαλέσουν παρεξηγήσεις ή να προβάλουν αρνητική εικόνα. Επισημαίνεται η σημασία της ευγένειας στη γραπτή επικοινωνία και στην ανταπόκριση στις ερωτήσεις και στα αιτήματα, καθώς είναι στοιχεία που οι πελάτες/-ισσες εκτιμούν. Γίνεται αναφορά στον επαγγελματισμό και στην αξιοπιστία που πρέπει να αντανakλά η γραπτή επικοινωνία, ώστε οι πελάτες/-ισσες να αισθάνονται ότι μπορούν να εμπιστευτούν τις πληροφορίες που τους παρέχονται γραπτώς. Καλλιεργούνται συγκεκριμένες δεξιότητες σύνταξης email στα αγγλικά, με περιγραφή των βημάτων που ακολουθούνται και του ανάλογου γλωσσικού ύφους που επιβάλλεται να χρησιμοποιείται. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η γραπτή εξάσκηση σύνταξης email και η κατανόηση της σωστής χρήσης τους, με στόχο την επαγγελματική και αποτελεσματική σύνταξη κάθε είδους email στα αγγλικά. Μέσω της εξοικείωσης με την ορολογία που απαιτείται για τη διαχείριση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες επικοινωνούν με πελάτες/-ισσες και συνεργάτες/-ιδες με αυτοπεποίθηση και ακρίβεια και χειρίζονται με ευκολία διαφορετικές καταστάσεις και αιτήματα, παρέχοντας άριστη εξυπηρέτηση.

2.3.A.2 | ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη υποενότητα, αναλύονται πτυχές που σχετίζονται με την οργάνωση και τη διαχείριση κρατήσεων και παρέχονται γνώσεις και δεξιότητες για τη χρήση του κατάλληλου αγγλικού λεξιλογίου, ώστε να επιτυγχάνεται αποτελεσματική και ακριβής επικοινωνία. Στο πλαίσιο αυτό, διακρίνονται οι διάφοροι τύποι καταλυμάτων και δωματίων και εξετάζονται στρατηγικές αντιμετώπισης ειδικών αιτημάτων των πελατών/-ισών, όπως η κράτηση ενός δωματίου με θέα στη θάλασσα (sea view). Επιπλέον, μέσω της συγκεκριμένης υποενότητας παρέχεται εξοικείωση με βασικές εκφράσεις τουριστικής επικοινωνίας και γλωσσικές πράξεις, όπως: “I would like to make a reservation”, “Book a room” και “For how many nights?”. Ως εκπαιδευτική μέθοδος προτείνεται η προσομοίωση ρεαλιστικών σεναρίων εξυπηρέτησης πελατών/-ισών σε τουριστικό γραφείο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εναλλάσσονται σε ρόλους υπαλλήλων τουριστικού γραφείου και πελατών/-ισών, ώστε να κατανοήσουν και να εξασκηθούν στη διαδικασία καταχώρησης στοιχείων, ενημέρωσης για τις παροχές του καταλύματος και επιβεβαίωσης κρατήσεων. Η υποενότητα εμπλουτίζεται περαιτέρω με την ενσωμάτωση στοιχείων διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Εξετάζονται οι πολιτισμικές διαφορές που μπορεί να επηρεάσουν την τουριστική επικοινωνία, και προτείνονται στρατηγικές για την αποτελεσματική διαχείρισή τους, μέσω φράσεων, όπως: “Could you please repeat that?” και “Is there anything else I can assist you with?”. Συνολικά, μέσω της συγκεκριμένης υποενότητας αποκτώνται οι απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες στην αγγλική γλώσσα για την πραγματοποίηση και την ακύρωση κρατήσεων καταλυμάτων, με στόχο την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και τη βέλτιστη δυνατή διαπολιτισμική επικοινωνία.

2.3.A.3 | ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η παρούσα υποενότητα έχει ως στόχο να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες στην αγγλική γλώσσα για την οργάνωση και διαχείριση των μετακινήσεων των τουριστών/-τριών. Αναφέρεται η απαιτούμενη αγγλική ορολογία σχετικά με τις διαφορετικές επιλογές μέσων μεταφοράς, όπως subway, bus, train, bike και plane. Επιπλέον, η ορολογία που διδάσκεται στην υποενότητα εστιάζεται περαιτέρω στις έννοιες της κράτησης αεροπορικού εισιτηρίου, εισιτηρίου τρένου και ενοικίασης αυτοκινήτου (make a booking, rent a car), καλύπτοντας όρους και διαδικασίες που συνδέονται με τους διαφορετικούς ναύλους, τα διπλώματα οδήγησης, τα ποικίλα είδη διαθέσιμων οχημάτων και τα απαιτούμενα, κατά περίπτωση, ταξιδιωτικά έγγραφα. Επιδιώκεται η εξοικείωση με την ορολογία μέσω πρακτικών παραδειγμάτων και ασκήσεων, που ανταποκρίνονται σε πραγματικές καταστάσεις, όπως η ενοικίαση αυτοκινήτου και ο προγραμματισμός ταξιδιών με διάφορα μέσα μεταφοράς. Παράλληλα, αναλύεται η οργάνωση και η αποτελεσματική διαχείριση διαφορετικών ειδών μετακινήσεων, μέσω της χρήσης της αγγλικής γλώσσας.

Μια σημαντική πτυχή της υποεπάρκειας είναι ο έλεγχος της επάρκειας των γνώσεων των εκπαιδευομένων στα αγγλικά, μέσω πρακτικών παραδειγμάτων παροχής πληροφοριών για δρομολόγια σε πελάτες/-ισσες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Συνεπώς, μελετώνται ρεαλιστικά πραγματικά παραδείγματα διαβάθμισης τιμών εισιτηρίων και τύπων θέσεων, καθώς και πινάκων με δρομολόγια, ώρες αφίξεων και αναχωρήσεων τρένων και λεωφορείων. Συνολικά, η εκπαιδευτική υποεπάρκεια προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις απαραίτητες γνώσεις και τα απαραίτητα εργαλεία για την ορθή διαχείριση των μετακινήσεων των πελατών/-ισσών τους κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, ώστε να εκτελούν επιτυχώς τα καθήκοντά τους στον επαγγελματικό στίβο του τουρισμού.

2.3.A.4 | ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Η υποεπάρκεια εστιάζεται στην αποτελεσματική σύνταξη ταξιδιωτικών προτάσεων στην αγγλική γλώσσα. Αρχικά, παρουσιάζεται η σύνταξη κατανοητών περιλήψεων (summaries) και προτάσεων βασισμένων σε δεδομένα. Δίνεται έμφαση στη βελτίωση των γραπτών ικανοτήτων των εκπαιδευομένων στη σύνταξη ταξιδιωτικών προτάσεων, με τρόπο συμπεριληπτικό και επί του θέματος. Παρουσιάζονται συγκεκριμένες λέξεις και φράσεις που ενισχύουν την προώθηση των τουριστικών υπηρεσιών και τονίζεται η σημασία της χρήσης ελκυστικής και περιγραφικής γλώσσας, με φράσεις όπως: “Discover the enchanting beauty of Santorini with our exclusive travel package”, η οποία είναι σχεδιασμένη ώστε να προκαλεί το ενδιαφέρον του/της πελάτη/-ισσας και να δημιουργεί εικόνες που να τον/την ελκύουν. Δίνεται έμφαση στη χρήση της αγγλικής γλώσσας, η οποία αναδεικνύει τα μοναδικά χαρακτηριστικά και οφέλη του ταξιδιού, με προτάσεις όπως: “Our package includes luxurious accommodation, gourmet meals, and guided tours to historical sites”, και παρακινεί τους/τις πελάτες/-ισσες να αναλάβουν δράση, με φράσεις όπως: “Book now and save 20%”. Τέλος, αναλύεται η πλήρης και σαφής διατύπωση των όρων μιας προσφοράς, με φράσεις όπως: “This offer is valid until the end of June and includes all taxes and fees”. Η σωστή χρήση της γλώσσας, η σαφήνεια και η έμφαση στα πλεονεκτήματα του ταξιδιού, καθώς και η ενθάρρυνση για άμεση δράση, είναι βασικά στοιχεία για τη σύνταξη επιτυχημένων προτάσεων ταξιδιών στα αγγλικά. Αυτό επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να επικοινωνούν αποτελεσματικά, να προσελκύουν πελάτες/-ισσες και να προωθούν τις τουριστικές υπηρεσίες τους με επιτυχία.

2.3.A.5 | ΒΑΣΙΚΗ ΑΓΓΛΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η παρούσα υποεπάρκεια εστιάζεται στην κατανόηση βασικών εννοιών και φράσεων που χρησιμοποιούνται στον τομέα του τουριστικού μάρκετινγκ, μιας δεξιότητας ιδιαίτερα σημαντικής για την αποτελεσματική διαχείριση της σχετικής ορολογίας στο τουριστικό πλαίσιο. Παρουσιάζονται όροι όπως “target market” (αγορά-στόχος), η ομάδα των καταναλωτών/-τριών στους/στις οποίους/-ες απευθύνεται ένα τουριστι-

κό προϊόν ή υπηρεσία, και “market segmentation” (τμηματοποίηση αγοράς), η διαδικασία, η οποία βοηθά στον καθορισμό των ομάδων-στόχων με βάση δημογραφικά, γεωγραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφορικά κριτήρια. Αναλύονται έννοιες όπως “brand positioning” (τοποθέτηση της μάρκας), η οποία αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο μια τουριστική επιχείρηση επιδιώκει να τοποθετήσει το προϊόν της στην αγορά, καθώς αυτό σχετίζεται με το πώς οι καταναλωτές/-τριες αντιλαμβάνονται την επιχείρηση σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό, και “unique selling proposition” (μοναδική πρόταση πώλησης), η οποία αναφέρεται στα χαρακτηριστικά που κάνουν ένα τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία να ξεχωρίζει. Γίνεται εστίαση σε αγγλική ορολογία όπως “advertising campaign” (διαφημιστική εκστρατεία) και “promotion strategy” (στρατηγική προώθησης), και αναλύονται φράσεις όπως “customer relationship management” (διατήρηση και ανάπτυξη σχέσεων με τους πελάτες μέσω εξατομικευμένων εμπειριών και συνεχούς επικοινωνίας), και εργαλεία όπως “digital marketing” (ψηφιακό μάρκετινγκ) και social media (μέσα κοινωνικής δικτύωσης), τα οποία παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στην προβολή και προώθηση τουριστικών προϊόντων. Η γνώση της συγκεκριμένης αγγλικής ορολογίας βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα τον κόσμο του τουριστικού μάρκετινγκ και να εφαρμόσουν αποτελεσματικές στρατηγικές, οι οποίες προσελκύουν και διατηρούν πελάτες/-ισες, εξασφαλίζοντας την επιτυχία μιας τουριστικής επιχείρησης.

2.3.A.6 | ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα αγγλικά για κινητές εφαρμογές ταξιδιών (travel apps) θεωρούνται αναγκαία δεξιότητα στον σύγχρονο κόσμο του τουρισμού. Καθώς οι τουρίστες/-τριες μπορούν να ανακαλύψουν προορισμούς, να πραγματοποιήσουν κρατήσεις, να επικοινωνήσουν με τοπικούς παρόχους υπηρεσιών και να απολαύσουν μια ολοκληρωμένη ταξιδιωτική εμπειρία, από την αναζήτηση αξιοθέατων μέχρι την παραγγελία φαγητού, τα αγγλικά θεωρούνται απαραίτητα για την προσέγγιση και την προσέλκυση διεθνούς, αγγλόφωνου κοινού. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μαθησιακής υποενότητας, δίνεται έμφαση στην εξοικείωση των εκπαιδευόμενων με τη χρήση κινητών ταξιδιωτικών εφαρμογών και τη διαχείριση ψηφιακού περιεχομένου. Αναλύονται οι δυνατότητές τους, καθώς και η σχετική αγγλική ορολογία παροχής πληροφοριών και συμβουλών για ταξιδιωτικούς προορισμούς, τύπους καταλυμάτων, κρατήσεις ξενοδοχείων, προτάσεις για αξιοθέατα, προτεινόμενα δρομολόγια και μέσα μετακίνησης. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη χρήση λέξεων-κλειδιών (keywords) στα αγγλικά για την καλύτερη προβολή του περιεχομένου τους στις διαδικτυακές πλατφόρμες (online platforms), και με την αντιμετώπιση προβλημάτων και παραπόνων (dealing with customer complaints) μέσω ψηφιακών καναλιών, με στόχο τη διασφάλιση εξυπηρέτησης υψηλής ποιότητας. Ανακαλύπτουν τρόπους συνεργασίας (ways of cooperation) με στόχο τη βελτίωση της στοχοθέτησης (goal setting) και της

προβολής των υπηρεσιών τους μέσω κινητών εφαρμογών και ψηφιακών καναλιών. Ως εκπαιδευτική δραστηριότητα, προτείνεται η μέθοδος project για τη δημιουργία αγγλόφωνου περιεχομένου (content creation) προς αξιοποίηση σε εφαρμογές και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σχετιζόμενο με τον τουρισμό. Οι ομάδες παρουσιάζουν τις δημιουργίες τους και οι συνεκπαιδευόμενοι/-ες τους γράφουν κριτικές (review) στην αγγλική γλώσσα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.
2. Mol, H. (2008). *English for tourism and hospitality in higher education studies: course book*. Reading: Garnet Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.
2. Marks, S. (2019). *Mastering grammar for B1: Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.3.B • ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη βασική γερμανική ορολογία, η οποία αποτελεί μια από τις κύριες γλώσσες στον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέσα από την κατανόηση της γερμανικής γλώσσας αποκτούν τις βασικές γνώσεις και δεξιότητες που πλαισιώνουν την επικοινωνία στην εξυπηρέτηση των τουριστών/-τριών στο πλαίσιο των τουριστικών γραφείων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη γερμανική γλώσσα,
- Αναπτύσσουν ικανότητες γραφής και ανάγνωσης μέσα από πρακτικές εφαρμογές του γερμανικού λόγου,
- Διαχειρίζονται την καθημερινή επικοινωνία σε περιστάσεις όπου αυτό απαιτείται, ανταλλάσσοντας απλές πληροφορίες για θέματα που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση σε ένα τουριστικό γραφείο στη γερμανική γλώσσα,

- Αποδίδουν τη γερμανική ορολογία στα ελληνικά και αντιστρόφως,
- Διατυπώνουν το νόημα απλού και σύντομου μηνύματος στα γερμανικά,
- Συμπληρώνουν ταξιδιωτικά έγγραφα στα γερμανικά.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Deutsche Kultur / Landeskunde / Alphabetisierung / Aussprache / Grammatik / Syntax / Zahlen und Datum / Reisearten / Reisende / Unterkunft / Verpflegung / Touristische Terminologie.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
2	ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΠΡΟΦΟΡΑ ΚΑΙ ΟΡΘΟΓΡΑΦΙΑ
3	ΒΑΣΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ
4	ΑΡΙΘΜΟΙ, ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΗ
5	ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Κείμενο αναφοράς

2.3.B.1 | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Η πρώτη υποενότητα «Γερμανική κουλτούρα και πολιτισμός» στοχεύει στην ανάπτυξη θετικών στάσεων απέναντι στην επικοινωνία στη γερμανική γλώσσα. Έχει ως πρωταρχικό σκοπό τη γενική περιγραφή και την παρατήρηση των χωρών που μιλούν τη γλώσσα-στόχο, καθώς και τον προσδιορισμό της κουλτούρας και του πολιτισμού των ανθρώπων, που διαμένουν σε αυτές τις χώρες (Landeskunde). Δεδομένου ότι ο πολιτισμός αποτελεί δομικό στοιχείο της ταυτότητας των ανθρώπων και προσδιορίζει, σε ειδοποιό σημείο, τις διαπροσωπικές σχέσεις, οι μαθησιακές ενότητες, που αφορούν στη γερμανική γλώσσα, στοχεύουν όχι μόνο στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων ανάλογων με τα προαναφερόμενα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα, αλλά και στην αλλαγή των στάσεων των εκπαιδευομένων απέναντι στη γερμανική γλώσσα και στους γερμανόφωνους τουρίστες/-τριες. Προτείνεται στο πλαίσιο της υποενότητας να μελετάται, επίσης, η τουριστική γεωγραφία, δηλαδή τα κοινωνικά, οικονομικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά των γερμανόφωνων κρατών, τα ψυχολογικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά των γερμανόφωνων τουριστών/-τριών και τους παράγοντες που προσελκύουν τους συγκεκριμένους ταξιδιώτες στη χώρα μας. Συνιστάται,

επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εντοπίζουν συνεργατικά κατά ζευγάρια ή ομάδες, μέσω ψηφιακών πηγών, διάφορα σημαντικά αξιοθέατα, τουριστικά καταλύματα, εμβληματικά εστιατόρια, καθώς και χώρους αναψυχής και διασκέδασης στον γερμανόφωνο χώρο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν τα γερμανόφωνα κράτη και την κουλτούρα των ανθρώπων τους, καθώς και τις συνήθειές τους, και έτσι είναι σε θέση να ορίζουν τον σκοπό της εκμάθησης της γερμανικής γλώσσας, να εκτιμούν τη σημασία της για την ειδικότητά τους και να ενθαρρύνονται στην περαιτέρω διαδικασία εκμάθησής της. Συνοψίζοντας, η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα διαπραγματεύεται το πώς ο πολιτισμός επιδρά και καθορίζει την ανθρώπινη επικοινωνία.

2.3.B.2 | Η ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΠΡΟΦΟΡΑ ΚΑΙ ΟΡΘΟΓΡΑΦΙΑ

Η δεύτερη μαθησιακή υποενότητα «Η γερμανική προφορά και ορθογραφία» πραγματεύεται τη γνωριμία με τη γλώσσα, εφόσον στην προηγούμενη υποενότητα πραγματοποιήθηκε η πρώτη γνωριμία με την κουλτούρα και τον πολιτισμό των γερμανόφωνων χωρών. Αποσκοπεί στην εισαγωγή και κατανόηση των κανόνων σωστής εκφοράς της γερμανικής γλώσσας και αποτελεί βασική υποενότητα, εφόσον πολλοί από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες ξεκινούν την εκμάθηση της γερμανικής γλώσσας στην ειδικότητα. Στη συγκεκριμένη υποενότητα οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στο γερμανικό σύστημα γραφής, όπου εξοικειώνονται με την αλφαβητική αρχή, δηλαδή την απόδοση κάθε φθόγγου/φωνήματος με ένα γράμμα/γράφημα, ώστε να είναι σε θέση να έχουν καλή ακουστική κατανόηση και ικανότητα ανάγνωσης. Προτείνεται να αξιοποιηθούν τεχνικές ενεργητικής μάθησης, όπως οι ομάδες εργασίας, για την αναγνώριση, τον προσδιορισμό, την κατανόηση και την εφαρμογή του συστήματος γραφής, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να ασχοληθούν με λέξεις, οι οποίες εμπεριέχουν ιδιαιτερότητες. Έτσι επιτυγχάνεται όχι μόνο η κατανόηση των κανόνων προφοράς της γερμανικής γλώσσας, αλλά επιτρέπεται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εργαστούν ομαδικά, να δημιουργήσουν και να αλληλοεπιδράσουν μαθαίνοντας. Για την ανάπτυξη της σωστής προφορικής και γραπτής επικοινωνίας, σημαντικό είναι να δοθεί προσοχή στην ορθογραφία, καθώς και στην ορθή εκφορά της γερμανικής γλώσσας. Η σωστή εκφορά της γλώσσας-στόχου, αφενός, δημιουργεί στον/στην αυριανό/-ή απόφοιτο της ειδικότητας αυτοπεποίθηση για την ποιοτική υπηρεσία που παρέχει, αφετέρου, βοηθά στη σωστή επικοινωνία των εμπλεκομένων και στην αποφυγή παρεξηγήσεων. Και σε αυτή την ενότητα, στόχος είναι η διαμόρφωση των στάσεων των εκπαιδευομένων, καθώς αρχίζουν να απομυθοποιούν την άποψη ότι τα γερμανικά ως γλώσσα είναι δύσκολα στην προφορά και τη γραφή τους.

2.3.B.3 | ΒΑΣΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ

Σε συνέχεια της προηγούμενης, η τρίτη μαθησιακή υποενότητα «Βασικά γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα» ασχολείται με τις βασικές δομές της γερμανικής γραμματικής και του γερμανικού συντακτικού. Μετά την πρωταρχική γνωριμία με τη γλώσ-

σα και την εκφορά της, σκοπός εδώ είναι η εξοικείωση και η κατανόηση των βασικών δομών της γερμανικής γλώσσας. Η συγκεκριμένη υποενότητα αποτελεί βασική υποενότητα, δεδομένου ότι η πλειοψηφία των εκπαιδευομένων δεν έχει πρότερη γνώση της γερμανικής γλώσσας. Εφόσον γίνει η αναγνώριση, ο προσδιορισμός, η κατανόηση και η εφαρμογή του συστήματος γραφής, παρουσιάζονται αρχικά γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα της γλώσσας, όπως οι προσωπικές αντωνυμίες, η κλίση ομαλών ρημάτων στον ενεστώτα (Präsens), οι πρώτες ερωτηματικές αντωνυμίες, τοπικοί προσδιορισμοί (Woher/Wo/Wohin? → aus/in/nach+Ort), καθώς και καταφάσεις και ερωτήσεις ολικής και μερικής αγνοίας. Σημαντική είναι και η επισημάνση της διαφοράς του ενικού με τον πληθυντικό ευγενείας. Όλα αυτά βέβαια πλαισιωμένα από το ανάλογο λεξιλόγιο, το οποίο αφορά χαιρετισμούς-αποχαιρετισμούς, τοπωνύμια, εκφράσεις παρουσίασης και γνωριμίας κ.λπ. Προτείνεται, για την εφαρμογή και ανάλυση των νέων περιεχομένων, η ενασχόληση με κείμενα διαλόγων γνωριμίας σε διάφορα περιβάλλοντα (Sie- und Du-Form) και η εφαρμογή συνεργατικών εκπαιδευτικών τεχνικών, όπως το παιχνίδι ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούσαν να παράγουν διαλόγους τυπικής και άτυπης επικοινωνίας, χρησιμοποιώντας κατάλληλες προσφωνήσεις και εκφράσεις. Συνοψίζοντας, η συγκεκριμένη υποενότητα φέρνει τον/την εκπαιδευόμενο/-η σε επαφή με τη γραμματική και το συντακτικό της γλώσσας, με τον τρόπο που συστήνονται, χαιρετούν και πιάνουν κουβέντα οι γερμανόφωνοι τουρίστες/-τριες, καθώς και με το ποιοι είναι οι κανόνες ευγενείας.

2.3.B.4 | ΑΡΙΘΜΟΙ, ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΗ

Ενώ στην προηγούμενη υποενότητα οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώθηκαν με τις βασικές δομές της γερμανικής γλώσσας, στην υποενότητα «Αριθμοί, ημερομηνίες και κόστη» ασχολούνται με ένα βασικό πεδίο στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας, το οποίο αφορά τους αριθμούς και θα τους βοηθήσει στη μετέπειτα επαγγελματική τους καθημερινότητα να διαχειρίζονται την καθημερινή επικοινωνία, ανταλλάσσοντας απλές πληροφορίες για θέματα που σχετίζονται με κρατήσεις, τιμές υπηρεσιών, κλείσιμο εισιτηρίων κ.λπ. Η παρούσα υποενότητα έχει ως στόχο την εμπέδωση των αριθμών, οι οποίοι συνθέτουν τιμές και κόστη (Preise), και των τακτικών αριθμητικών (Ordinalzahlen), τα οποία χρησιμοποιούνται για τη σύνθεση ημερομηνιών (Datum). Εδώ συνιστάται ιδιαίτερη προσοχή, διότι ο σχηματισμός των αριθμών διαφοροποιείται απόλυτα σε σχέση με την ελληνική γλώσσα. Προσδιορίζονται επίσης και κατηγοριοποιούνται οι ημέρες της εβδομάδας, οι μήνες και οι εποχές και αρχίζει η ενασχόληση με την τουριστική ορολογία σχετικά με τις τουριστικές περιόδους (Hauptsaison – Nebensaison). Δίνονται παραδείγματα και γίνεται εμβάθυνση στις ερωτήσεις μερικής και ολικής αγνοίας, χρησιμοποιώντας σχετικό λεξιλόγιο (“Wie alt sind Sie?”, “Was kostet ein Zweibettzimmer?”, “Welches Datum haben wir heute?”). Επίσης, εμπλουτίζεται η συντακτική ικανότητα των εκπαιδευομένων και κωδικοποιούνται οι κανόνες σύνταξης με χρονικούς προσδιορισμούς, που στη

γερμανική γλώσσα αποτελούν σημαντικό σημείο διαφοροποίησης από την ελληνική σύνταξη. Για τη μελέτη και εξάσκηση προτείνονται συλλογικές δραστηριότητες, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε εργασίες κατά ζευγάρια θα μπορούν, χρησιμοποιώντας τη νέα γνώση, να παράγουν διαλόγους.

2.3.B.5 | ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην παρούσα υποενότητα «Μορφές τουρισμού» και σε συνέχεια της προηγούμενης μαθησιακής υποενότητας, όπου επισημάνθηκε η σημασία των αριθμών στον τουρισμό, εστιάζεται στα είδη των τουριστών/-τριών και στις μορφές τουρισμού, στοχεύοντας στην ειδική ορολογία στη γερμανική γλώσσα. Έχοντας υπόψη ότι το κίνητρο για μάθηση πρέπει να είναι επιλογή που να αντανακλά τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των εκπαιδευομένων, η συγκεκριμένη υποενότητα, στην κατεύθυνση αυτή, αναλύει τη βάση του τουρισμού, δηλαδή τους ταξιδιώτες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται στην αρχή της υποενότητας με την κατηγοριοποίηση των ειδών του τουρισμού και την αντίστοιχη ορολογία στη γερμανική γλώσσα. Αναλύονται προσφιλή είδη τουρισμού των γερμανόφωνων τουριστών/-τριών, όπως το επαγγελματικό ταξίδι (Geschäftsreise), η κρουαζιέρα (Kreuzfahrt), το ταξίδι αναψυχής (Erholungsreise), η εξερεύνηση πόλεων (Städtereisen) κ.λπ. Επίσης, έμφαση δίνεται στις μορφές εναλλακτικού τουρισμού (alternativer Tourismus), όπως ο προσκυνηματικός τουρισμός (Pilgertourismus), ο τουρισμός υγείας και ευεξίας (Wellness- und Gesundheitstourismus) και βεβαίως ο γαστρονομικός και ο πολιτιστικός τουρισμός (kulinarischer und kultureller Tourismus). Για την εμπέδωση και ανάλυση οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν μικρά κείμενα που παρουσιάζουν διαφορετικά είδη ταξιδιωτών, που έχουν διαφορετικό σκοπό ταξιδιού και διαφορετικό προορισμό, καθώς και προτιμήσεις (Steckbriefe). Η υποενότητα αυτή καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες και, για την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την αλλαγή των στάσεων σε σχέση με τα είδη τουρισμού, προτείνεται η τεχνική του καταγιγισμού ιδεών. Σκοπός της παρούσας υποενότητας είναι η κατανόηση ενός απλού και σύντομου κειμένου και η διατύπωση του νοήματός του.

2.3.B.6 | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Όπως και οι προηγούμενες υποενότητες, και η τελευταία «Κατηγορίες ξενοδοχείων, δωματίων και διατροφής» επικεντρώνεται στη γερμανική τουριστική ορολογία και στο επαγγελματικό περιβάλλον της ειδικότητας, συζητώντας τους τύπους ξενοδοχείων, δωματίων και διατροφής. Στην αρχή, κατηγοριοποιείται το καινούριο λεξιλόγιο σε: τύπο ξενοδοχείου (Hotelarten und Sternekategorie), τύπο δωματίου (Zimmertyp), καθώς και σε τύπο διατροφής (Verpflegung). Δίνονται παραδείγματα και γίνεται εμβάθυνση στις ερωτήσεις μερικής και ολικής αγνοίας, χρησιμοποιώντας το νέο λεξιλόγιο (“Was kostet ein Doppelzimmer?”, “Haben Sie ein Dreibettzimmer frei?”). Επίσης, εμπλουτίζεται η συντακτική ικανότητα των εκπαιδευομένων και κωδικοποιούνται οι

κανόνες σύνταξης με το τροπικό ρήμα *möchten* και απαρέμφατο, που, αφενός, στη γερμανική γλώσσα είναι σημαντικό σημείο διαφοροποίησης από την ελληνική σύνταξη και, αφετέρου, είναι το πλέον συνηθισμένο ρήμα στον χώρο της παροχής υπηρεσιών (*“Ich möchte ein Einzelzimmer mit Frühstück reservieren”*). Στη συνέχεια οι εκπαιδευόμενοι/-ες επιδίδονται στη συμπλήρωση σχετικών στοιχείων σε ταξιδιωτικά έντυπα (*Anmeldeformular*) και ασχολούνται με την κατανόηση κειμένων, το περιεχόμενο των οποίων άπτεται της συγκεκριμένης ορολογίας. Για την περαιτέρω σύνδεση της υποενότητας με την προηγούμενη, προτείνεται η συζήτηση στην ολομέλεια για το ποιοι τύποι ταξιδιωτών θα επέλεγαν συγκεκριμένες κατηγορίες ξενοδοχείων, δωματίων και υπηρεσιών. Συνοψίζοντας, αυτή η υποενότητα αποτελεί τμήμα του επαγγελματικού αντικειμένου των αποφοίτων της ειδικότητας, διότι καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες των εκπαιδευομένων. Με αυτή την υποενότητα ολοκληρώνεται η μαθησιακή ενότητα «Εισαγωγή στη γερμανική γλώσσα τουριστικού γραφείου».

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. van der Werff, F., Schurig, C., Schaefer, B. & Schümann, A. (2015). *Menschen im Beruf – Tourismus. Kursbuch. Teil 2*. München: Hueber Verlag.
2. Grunwald, A. (2014). *Ja, gerne! Deutsch im Tourismus. A1*. Berlin: Cornelsen Verlag.
3. Βηδενμάιερ, Δ. (2013). *Γερμανικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <https://www.openbook.gr/germanika-gia-ton-tourismo-a1-a2/>

Συμπληρωματικές

1. Θεοδωρίδου, Χ. & Λαγού, Α. (2019). *Διδακτικό υλικό για τη γερμανική γλώσσα για τον τομέα διοίκησης και οικονομίας, ειδικότητα «Υπάλληλος τουριστικών επιχειρήσεων» – Γ΄ ΕΠΑ.Λ.* Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Εκπαιδευτικής Πολιτικής. Ανακτήθηκε στις 30 Ιουνίου 2024 από: <https://www2.iep.edu.gr/el/component/k2/857-germaniki-glossa-oikonomias-dioikisis-g-epal>
2. Reihe, C. (2011). *Γερμανικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <http://hdl.handle.net/10795/862>

2.3.Γ • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με το Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων ενός τουριστικού γραφείου. Πιο συγκεκριμένα,

η ενότητα, αξιοποιώντας τις βασικές αρχές οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, επικεντρώνεται στο Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων, και αναλύονται οι διαδικασίες που ακολουθούνται για την κράτηση και έκδοση εισιτηρίων, αλλά, εν γένει, για την ολοκλήρωση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Επιπλέον, παρουσιάζονται ειδικότερα θέματα που άπτονται της οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, όπως οι μέθοδοι και οι διαδικασίες επιλογής του κατάλληλου προσωπικού, ο καθορισμός του ύψους των αμοιβών του προσωπικού κ.ά. Επιπλέον, παρουσιάζονται θέματα που άπτονται της εμπορικής αλληλογραφίας και της σύνθεσης επιστολών και αναφορών βάσει της λειτουργίας του τουριστικού γραφείου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εξηγούν τη λειτουργία των τουριστικών κρατήσεων,
- Παρουσιάζουν τις υπηρεσίες που προσφέρει το Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων,
- Εφαρμόζουν τις διαδικασίες κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων στο πλαίσιο λειτουργίας του τουριστικού γραφείου,
- Συντάσσουν επιστολές και αναφορές για τη λειτουργία του τουριστικού γραφείου,
- Πραγματοποιούν κρατήσεις πολλαπλών ή μεμονωμένων τουριστικών και ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών με τη βοήθεια ηλεκτρονικών μέσων (π.χ. Global Distribution Systems-GDS, εφαρμογές Διαδικτύου κ.ά.),
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της μηχανοργάνωσης κατά τη διαχείριση και λειτουργία του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Συστήματα κρατήσεων, CRS (Computer Reservation Systems) / GDS (Global Distribution Systems) / Βασικές λειτουργίες συστημάτων κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων / Ζώνη ώρας / Απευθείας πτήση / Αεροπορικό εισιτήριο / Δρομολόγιο / Διαθεσιμότητα πτήσεων / Κατάσταση αναμονής / Συστήματα κρατήσεων και έκδοσης ακτοπλοϊκών εισιτηρίων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ (TICKETING)
2	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΕΝΤΡΙΚΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (CRS) ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
3	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (CRS) ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (GDS)
4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ
5	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ (E-TICKETS)
6	ΟΡΟΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
7	ΕΚΔΟΣΗ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
8	ΕΚΔΟΣΗ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
9	ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΜΟΙΒΩΝ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
10	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Γ.1 | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ (TICKETING)

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζεται το Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων (ticketing), το οποίο είναι υπεύθυνο για την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων προς τους πελάτες. Αναφέρεται ότι, παρόλο που η κύρια αρμοδιότητά του είναι η έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων, από το Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων εκδίδονται και ακτοπλοϊκά, καθώς και σιδηροδρομικά εισιτήρια, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, αν και συνήθως αυτή η αρμοδιότητα ανήκει στο Τμήμα Κρατήσεων του γραφείου. Αναλύεται το ότι το είδος του τουριστικού γραφείου επηρεάζει την ικανότητά του να εκδίδει εισιτήρια, με τη λογική ότι, αν το τουριστικό γραφείο είναι μέλος της IATA, εκδίδονται αεροπορικά εισιτήρια απευθείας, ενώ, αν δεν είναι, πρέπει να συνεργαστεί με ένα γραφείο συμβεβλημένο με την IATA και να καταβάλει τη σχετική προμήθεια. Αναλύονται επίσης τα προσόντα που πρέπει να διαθέτουν οι υπάλληλοι που εργάζονται στο Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων: άριστη γνώση συστημάτων κρατήσεων, άριστη γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, γνώση τουλάχιστον δύο ξένων γλωσσών, πλήρη γνώση των κανόνων αεροπορικών μεταφορών, άριστη συνεργασία με υπαλλήλους αεροπορικών εταιρειών, ομαδικό πνεύμα, ικανότητα εργασίας υπό πίεση, άριστη γνώση των κανόνων έκδοσης εισιτηρίων (ticketing rules). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη εισιτηρίων όλων των μέσων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν και συντάσσουν το οργανόγραμμα και τις λειτουργίες τμημάτων έκδοσης εισιτηρίων.

2.3.Γ.2 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΕΝΤΡΙΚΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (CRS) ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Στη δεύτερη υποενότητα παρουσιάζονται τα λογισμικά, τα οποία γενικώς ονομάζονται Συστήματα Κεντρικών Κρατήσεων (CRS), τα οποία λειτουργούν μέσω της συγκέντρωσης και διανομής ταξιδιωτικών πληροφοριών, καθώς και της επεξεργασίας ταξιδιωτικών συναλλαγών. Αναφέρονται τα πλεονεκτήματα της χρήσης των CRS, διότι στο παρελθόν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες έπρεπε να εκτελούν όλες τις εργασίες τους χειροκίνητα, αναζητώντας πληροφορίες σε βιβλία ή καλώντας απευθείας τις αεροπορικές εταιρείες για πληροφορίες ή για κρατήσεις. Τονίζεται ότι πλέον όλες αυτές οι διαδικασίες εκτελούνται και ολοκληρώνονται μέσω των CRS, με τις πληροφορίες να διανέμονται άμεσα στους πελάτες, καλύπτοντας όλο το φάσμα των ταξιδιωτικών συναλλαγών, όπως αεροπορικές εταιρείες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ξενοδοχεία κ.λπ. Αναλύεται η λειτουργία των CRS ως βάσης δεδομένων, η οποία διευκολύνει έναν τουριστικό οργανισμό στη διαχείριση των δεδομένων του και καθιστά τα δεδομένα προσβάσιμα στα κανάλια διανομής των συνεργατών του. Αναλύεται ότι η τουριστική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών δημιούργησε την ανάγκη για μια λύση που θα εξυπηρετούσε τόσο τους επιβάτες όσο και τους εργαζομένους στα ταξιδιωτικά πρακτορεία, οπότε η διαδικασία ενημέρωσης, κράτησης και έκδοσης εισιτηρίων έπρεπε να απλοποιηθεί σημαντικά, για να ενισχυθεί η τουριστική δραστηριότητα. Αναφέρεται ότι οι αεροπορικές εταιρείες ήταν οι πρώτες που ανέπτυξαν συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων, ακολουθούμενες από ξενοδοχειακές αλυσίδες και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη οπτικοακουστικού υλικού με λειτουργίες CRS. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν οπτικοακουστικό υλικό για CRS, τα οποία δεν αναφέρθηκαν στην τάξη.

2.3.Γ.3 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (CRS) ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (GDS)

Στην τρίτη υποενότητα παρουσιάζονται τα παγκόσμια συστήματα διανομής, καθώς και οι λειτουργίες τόσο των συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων (CRS) όσο και των συστημάτων παγκόσμιας διανομής (GDS). Αναφέρεται ότι, με την πάροδο του χρόνου, τα συστήματα CRS εξελίχθηκαν, παρέχοντας τη δυνατότητα κράτησης όχι μόνο στην ιδιοκτήτρια εταιρεία, αλλά και σε άλλες αεροπορικές εταιρείες. Έτσι, σταδιακά αναπτύχθηκαν τα Συστήματα Παγκόσμιας Διανομής, γνωστά και ως GDS (Global Distribution Systems). Αναλύεται ότι, με την πάροδο του χρόνου και μετά από διάφορες συνεργασίες και συγχωνεύσεις, τέσσερα συστήματα έχουν κυριαρχήσει στην τουριστική αγορά, τα οποία και θα αναφερθούν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες. Αναφέρεται ακόμη ότι τα συστήματα παγκόσμιας διανομής (GDS) έχουν επεκτείνει τις λειτουργίες τους και έχουν συνδεθεί με τα συστήματα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών (Hotel Distribution Systems-HDS) και αργότερα με τα συστήματα ενοι-

κίασης αυτοκινήτων, ενισχύοντας έτσι τη σπουδαιότητα και αναγκαιότητά τους. Τα συστήματα κρατήσεων παρέχουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, καθώς και τη δυνατότητα δημιουργίας και διαχείρισης κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων για όλες τις τουριστικές υπηρεσίες, όπως αλυσίδες ξενοδοχείων, αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων, ακτοπλοϊκές εταιρείες και σιδηροδρομικές εταιρείες. Αυτά τα συστήματα εξελίσσονται συνεχώς, με τη δημιουργία νέων προγραμμάτων για την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και επίδειξη οπτικοακουστικού υλικού με λειτουργίες GDS. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στο πλαίσιο των οποίων οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν υλικό αναφορικά με το GDS της επιλογής τους.

2.3.Γ.4 | ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ

Στην τέταρτη υποενότητα αναλύεται το αεροπορικό εισιτήριο και τα μέρη που το απαρτίζουν. Τονίζεται η σημασία της έκδοσης ενός αεροπορικού εισιτηρίου ως το βασικό καθήκον του/της υπαλλήλου του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων. Αναλύονται τα προσόντα που πρέπει να έχει ο/η υπάλληλος έκδοσης του εισιτηρίου: πρέπει να γνωρίζει όλους τους κανόνες που έχει θεσπίσει η IATA, να συνδυάζει νόμους και πληροφορίες, να γνωρίζει γεωγραφία και να είναι εξοικειωμένος/-η με τους κωδικούς πόλεων, αεροδρομίων και νομισμάτων. Ιδανικά, πρέπει, επίσης, να παρακολουθεί τις οικονομικές διακυμάνσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Αναφέρεται ότι το αεροπορικό εισιτήριο μπορεί να θεωρηθεί ως τίτλος που περιέχει όλες τις χρήσιμες πληροφορίες για την αερομεταφορά, καθώς και ως συμφωνητικό, το οποίο περιλαμβάνει τη συμφωνία ανάμεσα στον επιβάτη και την αεροπορική εταιρεία σχετικά με τους όρους και τις συνθήκες της μεταφοράς από τον τόπο αναχώρησης στον προορισμό. Αναλύεται επίσης το τυπικό αεροπορικό εισιτήριο και τα μέρη του, καθένα από τα οποία παρέχει σημαντικές πληροφορίες για την πτήση και τον επιβάτη. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη πραγματικών αεροπορικών εισιτηρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν αεροπορικά εισιτήρια στο Διαδίκτυο ή από τυχόν προηγούμενα ταξίδια τους.

2.3.Γ.5 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ (E-TICKETS)

Στην πέμπτη υποενότητα θα παρουσιαστεί η έννοια του ηλεκτρονικού εισιτηρίου και ότι αφορά τη χρήση του σε ένα τουριστικό πρακτορείο. Θα αναλυθεί το ότι η χρήση του ηλεκτρονικού εισιτηρίου στον τομέα του τουρισμού έχει μετασχηματίσει την τουριστική βιομηχανία, διευκολύνοντας τις διαδικασίες κράτησης τόσο για τους επιβάτες όσο και για τους τουριστικούς πράκτορες. Αναλύεται ακόμη ότι ένα ηλεκτρονι-

κό εισιτήριο περιλαμβάνει πληροφορίες όπως η ώρα και η ημερομηνία της πτήσης, ο τόπος αναχώρησης και άφιξης, καθώς και το είδος της θέσης που έχει επιλέξει ο πελάτης. Παρουσιάζεται η ιστορία του ηλεκτρονικού εισιτηρίου και θα τονιστεί ότι αυτή η μορφή εισιτηρίου αντικατέστησε γρήγορα τα παλιά χάρτινα εισιτήρια, καθώς και το ότι έγινε υποχρεωτικό για τα μέλη της IATA. Ορίζονται οι παροχές και υπηρεσίες του ηλεκτρονικού εισιτηρίου με έμφαση στις εξής: διαδικτυακή (online) κράτηση, διαδικτυακή επιβεβαίωση κράτησης (web check-in), επιβεβαίωση κράτησης μέσω κινητής τηλεφωνίας (mobile check-in), στιγμιαία ενημέρωση επιβάτη (real-time information), αναφορά σχετικά με την κατάσταση της πτήσης (flight status) και ενημέρωση για τα καιρικά φαινόμενα. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη πραγματικών ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν αεροπορικά εισιτήρια στο Διαδίκτυο ή από τυχόν προηγούμενα ταξίδια τους.

2.3.Γ.6 | ΟΡΟΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Στην έκτη υποενότητα παρουσιάζονται μόνο οι όροι έκδοσης ενός ηλεκτρονικού εισιτηρίου, η γνώση των οποίων αφενός κρίνεται βασική, διότι ο πελάτης πρέπει να ενημερωθεί σχετικά κατά την κράτηση ή μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων. Αναφέρεται η έννοια της παραχώρησης ενός εισιτηρίου, καθώς και των περιορισμών προς τον επιβάτη. Αναλύονται οι περιορισμοί που ενέχει το εισιτήριο (Endorsements/Restrictions), τονίζοντας ότι πρόκειται για ειδικές πληροφορίες αναφορικά με το εισιτήριο, από, τους οποίους αναλύονται: α. η μεταβίβαση (endorsement) ενός ή περισσότερων εισιτηρίων από μια αεροπορική επιχείρηση σε μία άλλη, β. η δυνατότητα είσπραξης αποζημίωσης (REFUNDABLE-NON REFUNDABLE), δηλαδή η δυνατότητα ακύρωσης ή μη του εισιτηρίου, γ. η μη μεταβιβασιμότητα (NON ENDORSABLE) του εισιτηρίου, δ. η χρήση ειδικών ναύλων που υπόκεινται σε περιορισμούς σχετικά με την ημερομηνία ταξιδιού (VALID ONLY FOR FLIGHT/DATES STATED). Αναλύεται ακόμη το πεδίο στο οποίο αναγράφεται ο αριθμός των κιλών που επιτρέπεται να μεταφέρει ο επιβάτης δωρεάν (allowance), με έμφαση στο ότι εξαρτάται από τη θέση του εισιτηρίου [first class (πρώτη θέση), business class (διακεκριμένη), premium economy (προνομιακή οικονομική) ή economy (οικονομική)] και αν πρόκειται για πτήσεις από και προς ΗΠΑ και Καναδά, όπου οι επιβάτες έχουν δικαίωμα να μεταφέρουν 2 τεμάχια αποσκευών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη των αναφερθέντων όρων πραγματικών ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν όρους αεροπορικών εισιτηρίων στο Διαδίκτυο.

2.3.Γ.7 | ΕΚΔΟΣΗ ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Στην έβδομη υποενότητα παρουσιάζεται η έκδοση ακτοπλοϊκού εισιτηρίου, μία από τις βασικές λειτουργίες του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων. Παρουσιάζονται οι λειτουργίες του συστήματος έκδοσης ακτοπλοϊκών εισιτηρίων και αναφέρεται το βασικότερο, το οποίο χρησιμοποιείται. Αναλύονται τα πλεονεκτήματα της χρήσης συστήματος έκδοσης εισιτηρίων με έμφαση στα εξής: φιλικό περιβάλλον χρήσης, ταχύτατη εξυπηρέτηση του πελάτη, άρτια τεχνική υποστήριξη, διανομή εντύπου στο πρακτορείο, θερμική εκτύπωση εισιτηρίου, στατιστικά στοιχεία και αναφορές, συνδυασμένες προτάσεις με αεροπορικά GDS και εμπορική πολιτική παροχών. Αναλύεται ότι αποτελεί μια πλήρη πλατφόρμα λογισμικού, σχεδιασμένη για ακτοπλοϊκές εταιρείες και θαλάσσιους μεταφορείς, με έμφαση στην ευκολία χρήσης και την προσαρμοστικότητα. Το σύστημα ενσωματώνει την οργάνωση των κρατήσεων με την εσωτερική λειτουργία των ναυτιλιακών εταιρειών, υποστηρίζοντας την αύξηση των πωλήσεων και προσφέροντας μεγάλη ευελιξία και έλεγχο σε όλες τις κρίσιμες λειτουργίες διαχείρισης. Αναλύεται ότι τα συστήματα αυτά παρέχουν και διαδικτυακό μηχανισμό κρατήσεων, ο οποίος έχει σχεδιαστεί για να διευκολύνει τη διαδικασία για τον τελικό χρήστη, παρέχοντας υψηλή απόδοση και φιλικό γραφικό περιβάλλον, συμβατό με όλα τα υποστηριζόμενα προγράμματα περιήγησης στο Διαδίκτυο, καθώς και ότι αποτελούν μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα λογισμικού για τη διαχείριση και διανομή πωλήσεων εισιτηρίων, προσανατολισμένη στους επαγγελματίες του τουρισμού και στους προμηθευτές τουριστικών πακέτων. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη πραγματικών ηλεκτρονικών ακτοπλοϊκών εισιτηρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν ακτοπλοϊκά εισιτήρια στο Διαδίκτυο ή από τυχόν προηγούμενα ταξίδια τους.

2.3.Γ.8 | ΕΚΔΟΣΗ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Στην όγδοη υποενότητα παρουσιάζεται η έκδοση σιδηροδρομικού εισιτηρίου και ό,τι αφορά τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Αναλύεται ότι οι λειτουργίες της Νέας Εμπορικής Πλατφόρμας έκδοσης εισιτηρίων της Hellenic Train αναπτύσσονται σταδιακά, προσφέροντας αρχικά τη δυνατότητα ψηφιακής αγοράς εισιτηρίων σε ορισμένες διαδρομές του δικτύου, καθώς και της ψηφιακής αγοράς καρτών απεριόριστων διαδρομών κανονικής τιμής. Αναφέρεται η ύπαρξη σχετικής εμπορικής πλατφόρμας της Hellenic Train. Αναλύεται ότι δίνεται η δυνατότητα στον/στην υπάλληλο τουριστικού πρακτορείου να διαχειριστεί τα εισιτήρια των πελατών του γραφείου άμεσα και χωρίς καθυστέρηση, χωρίς να απαιτείται φυσική παρουσία ή επίσκεψη σε κάποιο από τα εκδοτήρια της εταιρείας. Παρουσιάζονται οι λειτουργίες της πλατφόρμας έκδοσης εισιτηρίων, με έμφαση στο ότι δίνεται η δυνατότητα στα τουριστικά πρακτορεία να μεταβάλλουν το εισιτήριό τους, επιλέγοντας άλλο δρομολόγιο ίδιας διαδρομής σε

άλλη ημερομηνία και ώρα, χωρίς χρέωση, να, αλλάξουν το εισιτήριό τους με πληρωμή ή επιστροφή της διαφοράς τιμής του νέου εισιτηρίου που θα εκδοθεί, να ακυρώσουν το εισιτήριο ή την κάρτα τους, με επιστροφή του αντιτίμου, σύμφωνα με τον τρόπο αγοράς, να λάβουν αποζημίωση από καθυστέρηση δρομολογίου και να εκδοθεί κάρτα μιλίων αντίστοιχη με εκείνη των αεροπορικών εταιρειών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη πραγματικών ηλεκτρονικών σιδηροδρομικών εισιτηρίων. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν σιδηροδρομικά εισιτήρια στο Διαδίκτυο ή από τυχόν προηγούμενα ταξίδια τους.

2.3.Γ.9 | ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΜΟΙΒΩΝ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Στην ένατη υποενότητα παρουσιάζονται ειδικότερα θέματα που άπτονται της οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, με έμφαση στις μεθόδους και τις διαδικασίες επιλογής του κατάλληλου προσωπικού, καθώς και στον καθορισμό του ύψους των αμοιβών του προσωπικού του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων. Αναλύονται τα βασικά προσόντα που πρέπει να διαθέτει το προσωπικό, όπως η γνώση συστημάτων κρατήσεων (CRS/GDS), η καλή γνώση ξένων γλωσσών, η εξοικείωση με γεωγραφία προορισμών και η κατανόηση των διαδικασιών έκδοσης εισιτηρίων και διαχείρισης ναύλων. Δίνεται έμφαση στις δεξιότητες εξυπηρέτησης πελατών, στην αποτελεσματική επικοινωνία και στην ικανότητα διαχείρισης απαιτητικών καταστάσεων.

Παρουσιάζονται τα στάδια της διαδικασίας επιλογής προσωπικού, όπως η ανάλυση θέσης εργασίας, η δημοσίευση αγγελίας, η συλλογή και αξιολόγηση βιογραφικών σημειωμάτων, η διενέργεια συνεντεύξεων και, όπου απαιτείται, η πρακτική δοκιμασία χρήσης συστημάτων κρατήσεων. Αναλύεται ότι η επιλογή προσωπικού βασίζεται τόσο σε τεχνικές γνώσεις όσο και σε προσωπικά χαρακτηριστικά και επαγγελματικές δεξιότητες.

Επιπλέον, παρουσιάζονται τα βασικά κριτήρια καθορισμού των αμοιβών, όπως η προϋπηρεσία, το επίπεδο εξειδίκευσης, η παραγωγικότητα και οι συνθήκες της αγοράς εργασίας, ενώ αναφέρονται και πιθανά συστήματα αμοιβών, όπως σταθερός μισθός, προμήθειες και επιδόματα απόδοσης.

Τονίζεται η σημασία της συνεχούς εκπαίδευσης του προσωπικού λόγω της εξέλιξης των τεχνολογικών συστημάτων και των κανονισμών του τουριστικού κλάδου. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η παρουσίαση παραδειγμάτων διαδικασιών επιλογής και πολιτικών αμοιβών. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να διαμορφώσουν προφίλ υποψηφίου και να προτείνουν σύστημα αμοιβών για τη στελέχωση του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων.

2.3.Γ.10 | ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στη δέκατη υποενότητα παρουσιάζεται η γραπτή επικοινωνία με πελάτες, προμηθευτές, συνεργάτες και φορείς ενός τουριστικού γραφείου. Τονίζεται ότι αποτελούσε πάντα σημαντικό παράγοντα για την εξέλιξη των εμπορικών συναλλαγών και εξακολουθεί να κατέχει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας. Αναφέρεται ότι η τεχνολογική εξέλιξη απλούστευσε την επικοινωνία μεταξύ των συναλλασσόμενων, επιτρέποντας τη μετάβαση από τις τυπικές επιστολές στα email, και ότι, παρόλο που η σύνταξη μιας επιστολής ή ενός email έχει απλοποιηθεί, εξακολουθούν να υπάρχουν κανόνες που μας βοηθούν να επιτύχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα, το οποίο είναι μια καλογραμμένη και χωρίς λάθη εμπορική επιστολή. Αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο συντάσσουμε επιστολές πωλήσεων, επιστολές προς τις συνεργαζόμενες τουριστικές επιχειρήσεις, επιστολές διαμαρτυρίας, υπενθυμίσεις για τα ανοιχτά υπόλοιπα πελατών, δελτία τύπου κ.λπ., καθώς και η διαφορά μεταξύ τύπων επιστολών με παραδείγματα στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Ορίζεται η έννοια της δομής μιας επιστολής τόσο στην ελληνική όσο και στην αγγλική γλώσσα, και ότι θα πρέπει να προσεχθεί όταν γράφεται μια επιστολή με σκοπό να επιτευχθεί η κατάλληλη αντίδραση από τον παραλήπτη. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη πραγματικών εμπορικών επιστολών τουριστικών γραφείων ή από τη βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες, στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες συντάσσουν εμπορικές επιστολές με θέμα της αρεσκείας τους.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Βιτουλαδίτη, Ο. (2000). *Διοίκηση τουρισμού και τουριστικών επιχειρήσεων. Τόμος Γ΄: μάνατζμεντ των tour operators και των τουριστικών γραφείων*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.
2. Παπαγεωργίου, Α. Ν. (2018). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.

Συμπληρωματικές

1. Παπαγεωργίου, Α. (2021). *Μάνατζμεντ σύγχρονων τουριστικών γραφείων*. Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
2. Λαϊνός, Ι. (1999). *Αεροπορικοί ναύλοι: έκδοση αεροπορικού εισιτηρίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι η εισαγωγή των εκπαιδευομένων στην έννοια των αεροπορικών ναύλων, στις διαδικασίες της επιβατικής αεροπορικής μεταφοράς και στην έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων. Παρουσιάζονται τα γενικά χαρακτηριστικά της αεροπορικής μεταφοράς και ο τρόπος προσδιορισμού του δρομολογίου. Παρουσιάζονται θέματα ειδικών ναύλων, καθώς και ο ρόλος της Διεθνούς Ένωσης Αεροπορικών Μεταφορών (International Air Transport Association-IATA). Επιπλέον, αναλύονται τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων και ο ρόλος τους, ενώ εισάγονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες στη χρήση αυτών για την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη χρήση και αναγνώριση του αεροπορικού αλφαβήτου και των διαφόρων κωδικών που είναι απαραίτητοι για την αναγνώριση πόλεων, κρατών, αεροδρομίων και αεροπορικών εταιρειών. Τέλος, γνωρίζουν τα διάφορα είδη αεροπορικού ταξιδιού και τις βασικές αρχές σύνταξης ναύλων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Υπολογίζουν αεροπορικούς ναύλους βάσει των σχετικών διαδικασιών,
- Ερμηνεύουν τη λειτουργία των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων,
- Αναγνωρίζουν τα κοινά σημεία στη λειτουργία διαφορετικών ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων,
- Παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά των ειδικών ναύλων και τη χρησιμότητά τους,
- Διαχειρίζονται δεδομένα και πληροφορίες βάσει των ορθών διαδικασιών έκδοσης εισιτηρίων,
- Κατονομάζουν τους κωδικούς αναγνώρισης πόλεων, κρατών, αεροδρομίων και αεροπορικών εταιρειών,
- Εξηγούν τους κωδικούς πόλεων και αεροδρομίων,
- Εκτελούν διαδικασίες έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων,
- Διακρίνουν τα είδη των αεροπορικών ταξιδιών, όπως το ταξίδι μετ' επιστροφής (round trip) κ.ά.,
- Ερμηνεύουν τους διεθνείς δείκτες πωλήσεων (international sales indicators-ISI),
- Ερμηνεύουν τις διαφορετικές κατηγορίες ναύλων,
- Εξηγούν το σχέδιο χρέωσης και διακανονισμού (billing & settlement plan-BSP) της IATA,
- Διαχειρίζονται τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύπτουν κατά τη διαδικασία έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων,
- Εφαρμόζουν την επαγγελματική δεοντολογία κατά τη διαδικασία εξυπηρέτησης πελατών/-ισών στην έκδοση εισιτηρίων.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

IATA (International Air Transport Association) / ICAO (International Civil Aviation Organization) / BSP (Billing & Settlement Plan) / GDS (Global Distribution Systems) / City code / Ticketing / Έλεγχος επιβίβασης (check-in) / Κανονικοί ναύλοι / Μιλιμετρικό σύστημα / Πληρωμή / Ταξίδι μετ' επιστροφής.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΙΣΤΟΡΙΑ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
2	Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΝΩΣΗ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ (IATA)
3	Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΩΝ ΜΙΛΙΩΝ ΚΑΙ Η ΔΙΑΙΡΕΣΗ ΤΗΣ ΥΔΡΟΓΕΙΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
4	ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ
5	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΑΥΛΩΝ, ΚΩΔΙΚΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ
6	ΕΙΔΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ (SPECIAL FARES)
7	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Δ.1 | ΙΣΤΟΡΙΑ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Στην πρώτη υποενότητα παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη των αεροπορικών μεταφορών και κατονομάζονται οι περίοδοι-σταθμοί στην ανάπτυξη της σύγχρονης αεροπορίας και των αεροπορικών εταιρειών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εντοπίζουν τις νέες τάσεις και εξελίξεις στον τομέα των αερομεταφορών που επηρεάζουν το μέλλον του κλάδου και αντιλαμβάνονται ότι οι αερομεταφορές λειτουργούν σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, απαιτώντας γρήγορη προσαρμογή και αντανakλαστικά. Αναφέρεται ότι σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να αναδειχθούν οι αιτίες που προκάλεσαν τη φιλελευθεροποίηση του περιβάλλοντος και τη ριζική αλλαγή στη δομή των εναέριων μέσων. Αναλύεται ότι σημασία πρέπει να δοθεί στις συμμαχίες που αναπτύχθηκαν μεταξύ εταιρειών (alliances), οι οποίες, με διαφοροποιημένη στρατηγική, αύξησαν την αποτελεσματικότητα με την οργάνωση των δικτύων, καθώς και στις οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της ανάπτυξης των αερομεταφορών στη ζωή των ανθρώπων παγκοσμίως, αλλά και στις αρνητικές συνέπειες που επέφεραν. Δίνεται έμφαση στη βασική ορολογία, ώστε να αξιοποιηθεί κατάλληλα σε εφαρμογές της επόμενης ενότητας που αφορά την έκδοση των αεροπορικών ναύλων, και για την εφαρμογή των παραπάνω γνώσεων και δεξιοτήτων, προ-

τείνεται η ομαδική εργασία εκπαιδευομένων πάνω σε μελέτες περίπτωσης αεροπορικών εταιρειών και στο πώς αναπτύχθηκαν σε βάθος χρόνου. Αναφέρεται, τέλος, ότι, χρησιμοποιώντας παραδείγματα κειμένων αεροπορικών εταιρειών, μπορούν να παρουσιάζονται σε ατομικό επίπεδο, με την ανάλογη εξήγηση. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων σχετικά με την εξιστόρηση της πορείας του αεροπορικού κλάδου στην Ελλάδα και η συζήτηση για την παρουσίαση γνωστών ελληνικών αεροπορικών εταιρειών.

2.3.Δ.2 | Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΝΩΣΗ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ (IATA)

Στη δεύτερη υποενότητα παρουσιάζεται η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (International Air Transport Association) ή αλλιώς IATA. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τη σημασία και τους στόχους του μη κρατικού αυτού οργανισμού. Αναλύεται επίσης ο τρόπος σύνδεσης και συνεργασίας με άλλους οργανισμούς του κλάδου, όπως ο ICAO (International Civil Aviation Organization) κ.ά. Αναφέρεται ότι ο απώτερος στόχος των οργανισμών είναι να διασφαλιστεί στον μέγιστο δυνατό βαθμό η παγκόσμια συνεργασία σε θέματα ομοιομορφίας, σε ρυθμιστικά ζητήματα και πρότυπα, καθώς και η επίβλεψη στον αεροπορικό τομέα. Αναλύονται στην ενότητα οι σκοποί και οι επιδιώξεις της IATA, το οργανωτικό σχήμα λειτουργίας της, καθώς και ο τρόπος συνεργασίας με τα τουριστικά γραφεία στο πλαίσιο της τιμολόγησης και της έκδοσης των αεροπορικών ναύλων. Παρουσιάζεται επίσης μια περιγραφή της ελληνικής πραγματικότητας στις συνεργασίες με την IATA και τους εμπλεκόμενους σε αυτές φορείς, το έργο των κυριότερων αερολιμένων της χώρας και περιγράφονται οι διαδικασίες αδειοδότησης τουριστικών γραφείων αναφορικά με την πώληση εισιτηρίων για λογαριασμό των Αεροπορικών Εταιρειών-μελών της IATA. Αναλύεται πώς αυτή η γνώση συνδέεται με επόμενες ενότητες που αφορούν τον τρόπο χρέωσης αεροπορικών ναύλων. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων σχετικά με την εξιστόρηση της IATA, αλλά και η συζήτηση για την παρουσίαση γνωστών ελληνικών αεροπορικών εταιρειών. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ασκήσεις με τη μορφή ερωταπαντήσεων, αλλά και ατομικής μελέτης, γύρω από το θέμα της συνεργασίας της IATA με εμπλεκόμενους φορείς και τουριστικά γραφεία.

2.3.Δ.3 | Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΩΝ ΜΙΛΙΩΝ ΚΑΙ Η ΔΙΑΙΡΕΣΗ ΤΗΣ ΥΔΡΟΓΕΙΟΥ ΣΕ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Στην τρίτη μαθησιακή υποενότητα παρουσιάζεται η μέθοδος των μιλίων (η χρήση του συστήματος υπολογισμού του κόστους ενός ναύλου βάσει μεγεθών τα οποία καταμετρώνται σε αεροπορικά μίλια), καθώς και η εξοικείωση με το μιλιμετρικό σύστημα (mileage system rule) γενικά. Ορίζονται διεξοδικά τα κενά στη διαδρομή (gaps) και άλλες μιλιμετρικές εξαιρέσεις από ειδική διαδρομή (routing exceptions), όπως η μείωση μιλίων (excess mileage routings) και οι ειδικές ρυθμίσεις (special regulations). Αναλύεται πώς με τη διδασκαλία της υποενότητας αυτής οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξηγούν το

σύστημα υπολογισμού μιλίων για πτήση τόσο εσωτερικού όσο και εξωτερικού. Παρουσιάζεται επιπλέον η πληροφορία σχετικά με τον διαχωρισμό της υδρογείου σε διάφορες περιοχές σύμφωνα με την IATA. Ορίζεται ότι η IATA κατανέμει την υδρογείο σε τρεις περιοχές (areas), οι οποίες υποδιαιρούνται σε υποπεριοχές. Αναλύεται ότι με τον τρόπο αυτόν γίνεται κατανοητή η γεωγραφική διαίρεση και αξιοποιείται στην κατασκευή ναύλου και έκδοση εισιτηρίου, το οποίο είναι έγκυρο σε όλο τον κόσμο από εταιρείες μέλη της IATA και μη. Παρουσιάζεται επίσης ο τρόπος υπολογισμού της τοπικής ώρας ανά τον κόσμο με βάση τον Παγκόσμιο Χάρτη Ζωνών Ώρας (World Time Zone Map). Αναλύεται ότι σε αυτό το σημείο, με ασκήσεις που περιλαμβάνουν δεδομένα από πόλεις, χώρες και τοπικές ώρες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να υπολογίζουν τις τιμές που χρησιμοποιούνται στην πληροφόρηση, αλλά και στην κατασκευή ενός αεροπορικού ναύλου. Ορίζεται ότι παραδείγματα μπορούν να δίνονται για προκαθορισμένες διαδρομές (specified routings), αλλά και ειδικές διαδρομές. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και ασκήσεις χρήσης της μεθόδου των μιλίων.

2.3.Δ.4 | ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Στην τέταρτη υποενότητα εξοικειώνονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες με το αεροπορικό αλφάβητο και με τους βασικούς όρους του αεροπορικού κλάδου, όπως αερολιμένας, ναύλος, booking, gateway, rerouting, stopover, transfer κ.ά., καθώς και με τον ρόλο τους στις αερομεταφορές. Κατονομάζονται, κωδικοποιούνται και αποκωδικοποιούνται διάφοροι κωδικοί, οι οποίοι κρίνονται απαραίτητοι για την αναγνώριση κεντρικών πόλεων (coding/decoding of cities), κρατών, αεροδρομίων (airport codes) και αεροπορικών εταιρειών (airline coding/decoding) σε αριθμητική και αλφαριθμητική βάση. Αναλύεται η κωδικοποίηση και η χρήση κωδικών σε πακέτα κράτησης θέσεων, κατά την έκδοση εισιτηρίων και στις αποσκευές, και περιγράφονται άλλες χρήσεις κωδικών με παραδείγματα μεγάλων πόλεων και κρατών με υψηλή επισκεψιμότητα. Δίνεται σημασία στην ταξιδιωτική ορολογία που αφορά την περιγραφή διαφόρων ορισμών και όρων του ημερολογίου (μήνες, ημέρες), τους κωδικούς κατεύθυνσης (two-letter direction codes), τους γεωγραφικούς κωδικούς (geographical codes) και διάφορα σύμβολα και συντομογραφίες (miscellaneous abbreviations). Τα παραπάνω είναι στοιχεία απαραίτητα για την έκδοση εισιτηρίου, καθώς και για την επικοινωνία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και ατομικές εργασίες κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης των ανωτέρω στοιχείων, σε συνδυασμό με την ομαδοσυνεργατική διδασκαλία στο πλαίσιο προσομοίωσης.

2.3.Δ.5 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΑΥΛΩΝ, ΚΩΔΙΚΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ

Στην πέμπτη υποενότητα παρουσιάζονται στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τα διάφορα είδη αεροπορικού ταξιδιού και οι βασικές αρχές κατασκευής ναύλων. Αναφέ-

ρονται τα είδη των αεροπορικών ταξιδιών, όπως απλής μετάβασης (one way trip), ταξίδι μετ' επιστροφής (round trip), με επίγεια μεταφορά, τμηματικό (interrupted travel), κυκλικό (circle trip), ο «γύρος του κόσμου», διαφορετικών κατηγοριών θέσεων (mixed class) κ.λπ., και επεξεργάζονται κατασκευές ναύλων και συνδυασμούς (constructions and combinations) σύμφωνα με τους κανόνες της IATA. Ερμηνεύονται οι διαφορετικές κατηγορίες ναύλων και εφαρμόζονται οι βασικές αρχές κατασκευής αεροπορικού ναύλου. Δίνεται σημασία στην ερμηνεία των διαφορετικών κατηγοριών ναύλων και στους γενικούς περιορισμούς σε ένα σύνθετο ταξίδι με ενδιάμεσους σταθμούς (indirect travel), στον συνδυασμό και έλεγχο των ναύλων για χαμηλότερο τελικό ναύλο (lowest combination), καθώς και στους ελέγχους κόστους των ναύλων της IATA, όπως ο υπολογισμός υψηλότερου ενδιάμεσου ναύλου (higher intermediate fare, HIF), ο έλεγχος ακριβότερου ναύλου (higher fare check), ο έλεγχος υψηλότερου ναύλου πορείας επιστροφής (backhaul check) και των ειδικών ναύλων. Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο/η εκπαιδευόμενος/-η, προτείνεται να πραγματοποιούνται τόσο ατομικές όσο και ομαδικές εργασίες, οι οποίες περιλαμβάνουν αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών από την IATA και πραγματικών ταξιδιών, με τη χρήση λογισμικού και των απαραίτητων τεχνολογιών. Επίσης, μέσω ασκήσεων και εφαρμογών, μπορεί να πραγματεύεται θέματα αεροπορικού εισιτηρίου, αποσκοπώντας στην απόκτηση εξειδικευμένων γνώσεων για την επιλογή διαδρομών και ναύλων, τη διαδικασία των κρατήσεων, την κατασκευή αεροπορικών ναύλων κ.ά. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και ατομικές εργασίες υπολογισμού ναύλων.

2.3.Δ.6 | ΕΙΔΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ (SPECIAL FARES)

Στην έκτη υποενότητα, έχοντας αναφέρει πλέον στην προηγούμενη υποενότητα τους κανονικούς ναύλους (normal fares), παρουσιάζονται οι ειδικοί ναύλοι, οι οποίοι εφαρμόζονται κατά περίπτωση. Αναλύεται ότι οι ειδικοί ναύλοι (special fares) είναι φθηνότεροι προνομιακοί ναύλοι, οι οποίοι όμως υπόκεινται σε περισσότερους περιορισμούς από τους κανονικούς ναύλους. Οι περιορισμοί αυτοί αφορούν κυρίως: τις ημερομηνίες παραμονής του επιβάτη (Minimum & Maximum Stay Requirements), την προαγορά εισιτηρίου (Advance Purchase Requirements), την ημερομηνία κράτησης-πληρωμής και έκδοσης (Reservation, Payment & Ticketing Limits), την ημέρα και ώρα του ταξιδιού (Day/Time Limits), την πλήρωση προϋποθέσεων (Eligibility Restrictions), την εξαργύρωση και την αλλαγή (Refundability & Changeability). Αναφέρονται στη συνέχεια αναλυτικά τα είδη ειδικών ναύλων βάσει της κατηγορίας στην οποία ανήκουν: ειδικοί ναύλοι, διαθέσιμοι σε μεμονωμένους επιβάτες (Public Special Fares), ναύλοι, οι οποίοι προβλέπουν συνδυασμό αεροπορικής μεταφοράς και επίγειων μέσων για άφιξη στον προορισμό του πελάτη, όχι όμως μέσα μαζικής μεταφοράς και χρησιμοποιούνται σε πακέτα εκδρομών (Inclusive Tour Fare), ναύλοι, οι οποίοι αφο-

ρούν ομαδικές μετακινήσεις, χωρίς επίγειες υπηρεσίες και είναι διαθέσιμοι μόνο σε επιβάτες που ταξιδεύουν ταυτόχρονα και έχουν συμπληρώσει τον κατώτατο αριθμό που απαιτείται για το γκρουπ (Public Group Fares), ναύλοι, οι οποίοι συνήθως αφορούν μια ποσοστιαία έκπτωση επί του ακέрайου ναύλου και γενικά εφαρμόζονται σε μεγάλες γεωγραφικές περιοχές και συγκεκριμένες κατηγορίες (Reduced Fares for Specific Categories of Persons), και οι υπόλοιποι ναύλοι, που δεν περιλαμβάνονται στις παραπάνω κατηγορίες (Miscellaneous Fares). Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και ατομικές εργασίες υπολογισμού ναύλων.

2.3.Δ.7 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ

Στην έβδομη υποενότητα παρουσιάζονται οι βασικές αρχές έκδοσης του αεροπορικού εισιτηρίου και έρχεται σε συνέχεια των ήδη διδαχθέντων, διότι συνδέει τις προηγούμενες ενότητες και βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν την τελική διαδικασία έκδοσης ενός αεροπορικού εισιτηρίου, λαμβάνοντας υπόψη τις χρεώσεις σύμφωνα με το σχέδιο BSP (Billing & Settlement Plan) της IATA. Διδάσκονται περιγραφικά και πρακτικά τα στάδια έκδοσης των αεροπορικών εισιτηρίων, ώστε να είναι ικανοί/-ές να εκτελέσουν παρόμοια εργασία, καθώς και το σχέδιο τιμολόγησης και διακανονισμού BSP της IATA. Αναλύεται το κύριο χαρακτηριστικό του σχεδίου αυτού της έκδοσης, το πρότυπο έγγραφο κίνησης, το οποίο χρησιμοποιείται από τους εγκεκριμένους πράκτορες της IATA, και προτείνεται η χρήση των πιο μοντέρνων αυτόματων συστημάτων έκδοσης εισιτηρίων μέσω λογισμικού υπολογιστή, το οποίο εξοικονομεί χρόνο και απλοποιεί την εκπαίδευση. Παρουσιάζεται πώς οι οικονομικές συναλλαγές σε αυτή τη φάση πραγματοποιούνται είτε με μετρητά είτε με πιστωτικές κάρτες και γίνεται η σύνδεση με τη χρήση παγκόσμιων συστημάτων διανομής (GDS), τα οποία παρουσιάστηκαν σε προηγούμενη ενότητα. Παρουσιάζονται τα κυριότερα συστήματα, όπως το Amadeus, το Sabre και το Galileo. Ορίζεται η δυνατότητα ερμηνείας των διεθνών δεικτών πωλήσεων [International Sales Indicators (ISI)], που αποτελούν εργαλείο στη διαχείριση των εισιτηρίων και την αποτελεσματικότητα των πωλήσεων. Αναλύεται πώς οι ασκήσεις για την κατανόηση των παραπάνω μπορούν να εστιασθούν στην περιγραφή διαφόρων κατηγοριών εισιτηρίων, την έκδοση και τον έλεγχό τους σύμφωνα με το σχέδιο χρέωσης BSP. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και ατομικές εργασίες υπολογισμού ναύλων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Κυριακοπούλου, Ζ. (2003). *Συστήματα κρατήσεων αεροπορικών εταιριών και ταξιδιωτικών πρακτορείων με χρήση Η/Υ*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Λαϊνός, Ι. (1999). *Αεροπορικοί ναύλοι: έκδοση αεροπορικού εισιτηρίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Γαλίτης, Γ. (2003). *Αεροπορικοί ναύλοι. Ticketing*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Ζωγραφάκη, Ρ. (1995). *Αεροπορικοί ναύλοι*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

2.3.E • ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι η εισαγωγή στην έννοια και στο περιβάλλον του μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με τη συμπεριφορά του καταναλωτή, αλλά και με το πώς διεξάγεται η έρευνα του μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις, με σκοπό την αύξηση της κερδοφορίας τους. Ειδικότερα, παρουσιάζονται οι διαδικασίες τμηματοποίησης της αγοράς, της στόχευσης και της τοποθέτησης, αλλά και η έννοια του αποτελεσματικού μείγματος μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού προϊόντος που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών/-ισών των τουριστικών επιχειρήσεων. Τέλος, παρουσιάζονται έννοιες και εργαλεία όπως στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ, σχέδιο μάρκετινγκ και διαχείριση εταιρικής φήμης (branding) στο πλαίσιο λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων εν γένει.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις λειτουργίες του τουριστικού μάρκετινγκ βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της έρευνας αγοράς για το τουριστικό μάρκετινγκ,
- Παρουσιάζουν τη σημαντικότητα του μείγματος μάρκετινγκ και του αποτελεσματικού συνδυασμού των μεταβλητών του ως προς την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στους/στις πελάτες/-ισσες,
- Εντοπίζουν μοντέλα συμπεριφοράς του καταναλωτή (τουρίστα/-τριας) ως προς τη λήψη της αγοραστικής απόφασης,

- Κατανοούν τα βήματα της σύνταξης ενός ολοκληρωμένου σχεδίου τουριστικού μάρκετινγκ,
- Περιγράφουν τα εργαλεία και τις τεχνικές μάρκετινγκ όσον αφορά τη στρατηγική τοποθέτηση και την τμηματοποίηση της αγοράς,
- Ερμηνεύουν τα αποτελέσματα απόδοσης μιας τουριστικής επιχείρησης μέσω στατιστικών εργαλείων και βάσει του σχεδίου μάρκετινγκ,
- Υποστηρίζουν τον σχεδιασμό αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ, οι οποίες έχουν ως στόχο τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών,
- Εφαρμόζουν στρατηγικές διαχείρισης εταιρικής φήμης (branding) κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Υιοθετούν αποτελεσματικές στρατηγικές τουριστικού μάρκετινγκ στο πλαίσιο του υγιούς ανταγωνισμού,
- Αναλύουν τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος,
- Εξηγούν τη διαδικασία έρευνας της αγοράς,
- Αναλύουν την αλυσίδα διανομής του τουριστικού προϊόντος.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τουριστική αγορά / Τμηματοποίηση / Στόχευση αγοράς / Τοποθέτηση προϊόντος / Έρευνα αγοράς / Αγοραστική συμπεριφορά / Τουριστικό προϊόν / Πολιτική τιμών / Δίκτυα διανομής / Προώθηση.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών εννοιών σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
2	Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
3	Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
4	ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ
5	Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
6	Η ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
7	ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
8	ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
9	Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ
10	ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

2.3.E.1 | ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες του μάρκετινγκ και του τουριστικού μάρκετινγκ. Παρουσιάζονται οι θεμελιώδεις αρχές του μάρκετινγκ με έμφαση στην εφαρμογή τους στον τομέα του τουρισμού. Επίσης, εξετάζεται η φιλοσοφία που είναι απαραίτητη για ένα αποτελεσματικό μάρκετινγκ, αναλύονται οι προϋποθέσεις για την υιοθέτηση αυτής της φιλοσοφίας και επεξηγούνται οι βασικές έννοιες που διέπουν το τουριστικό μάρκετινγκ. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις αρχές που αφορούν στην προσέλκυση και διατήρηση πελατών, στην ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών και στην εφαρμογή τεχνικών που βελτιώνουν τη φήμη και την αναγνωρισιμότητα της επιχείρησης. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς η κατανόηση των βασικών αρχών του μάρκετινγκ τους επιτρέπει να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για τη διαμόρφωση στρατηγικών που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα και την αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στη φιλοσοφία του μάρκετινγκ και τις προϋποθέσεις υιοθέτησής της, καθώς αυτές αποτελούν τη βάση για όλες τις υπόλοιπες δραστηριότητες μάρκετινγκ. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοήσουν τις ιδιαιτερότητες του τουριστικού μάρκετινγκ, όπως η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες και η σημασία της εμπειρίας του πελάτη στον τουριστικό τομέα. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε δραστηριότητες που περιλαμβάνουν τη μελέτη πραγματικών περιπτώσεων (case studies) τουριστικών επιχειρήσεων και την ανάλυση των στρατηγικών μάρκετινγκ που αυτές εφαρμόζουν. Η παρουσίαση ενός σχεδίου μάρκετινγκ για μια υποθετική τουριστική επιχείρηση μπορεί να ενισχύσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να εφαρμόσουν στην πράξη τις θεωρητικές γνώσεις που απέκτησαν.

2.3.E.2 | Ο ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στην έννοια του προγραμματισμού του τουριστικού μάρκετινγκ και στη διαδικασία που αυτός περιλαμβάνει. Ειδικότερα, η υποενότητα καλύπτει τα στάδια από τη διάγνωση του προβλήματος και την πρόγνωση για τα προβαλλόμενα τουριστικά προϊόντα, μέχρι τη διερεύνηση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, τον προσδιορισμό των στόχων μάρκετινγκ, τη σύνταξη του προϋπολογισμού, το πρόγραμμα του μείγματος μάρκετινγκ και τον έλεγχο και την αξιολόγηση του προγράμματος μάρκετινγκ. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι μεγάλης σημασίας για την αποτελεσματική εφαρμογή του μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις. Μέσα από τη μελέτη της διαδικασίας προγραμματισμού, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς να διαμορφώνουν στρατηγικά σχέδια που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της

αγοράς, να προβλέπουν τις τάσεις και τις αλλαγές στον τουριστικό τομέα και να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους, ώστε να μεγιστοποιούν την αποδοτικότητα και την κερδοφορία της επιχείρησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στη λεπτομερή κατανόηση κάθε σταδίου της διαδικασίας προγραμματισμού. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη διάγνωση του προβλήματος και στη διερεύνηση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, καθώς αυτά τα στάδια αποτελούν τη βάση για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και την εφαρμογή των στρατηγικών μάρκετινγκ. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως η ανάλυση μελετών περίπτωσης (case studies) που αφορούν τον προγραμματισμό μάρκετινγκ σε τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, η εκπόνηση εργασιών που απαιτούν τον πλήρη σχεδιασμό ενός προγράμματος τουριστικού μάρκετινγκ μπορεί να ενισχύσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις που απέκτησαν στην πράξη και να αναπτύξουν τις δεξιότητες στρατηγικού σχεδιασμού.

2.3.E.3 | Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Η υποενότητα εξετάζει τις τεχνικές έρευνας του τουριστικού μάρκετινγκ. Αναλύει τη σημασία της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και παρουσιάζει τα βασικά εργαλεία και μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται για την κατανόηση των τάσεων της αγοράς και των προτιμήσεων των πελατών. Επίσης, εμβαθύνει στην αγοραστική συμπεριφορά των τουριστών και των παραγόντων που επηρεάζουν τις επιλογές τους, και επεξηγεί τα διάφορα στάδια της αγοραστικής διαδικασίας. Παρουσιάζονται τα ψυχολογικά, κοινωνικά και οικονομικά κίνητρα που καθοδηγούν τις αγοραστικές αποφάσεις των τουριστών. Οι γνώσεις που αποκτούν επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν δεξιότητες σχεδιασμού επιτυχημένων στρατηγικών μάρκετινγκ. Η ικανότητα να αναλύουν δεδομένα και να κατανοούν τις προτιμήσεις των τουριστών τους επιτρέπει να προσαρμόζουν υπηρεσίες και προϊόντα για τη βέλτιστη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στη σημασία της ακριβούς και έγκυρης έρευνας για την κατανόηση των τάσεων της αγοράς και των αναγκών των πελατών. Κρίνεται ιδιαίτερα σκόπιμο να επικεντρωθούν στην ανάλυση των δεδομένων και στην εφαρμογή των ευρημάτων για την ανάπτυξη στοχευμένων και αποτελεσματικών στρατηγικών μάρκετινγκ. Επιπλέον, η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά του τουρίστα είναι κρίσιμη για τη δημιουργία ελκυστικών και εξατομικευμένων τουριστικών εμπειριών. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ασκήσεις διεξαγωγής ερευνών αγοράς και ανάλυσης της αγοραστικής συμπεριφοράς. Η ανάπτυξη πραγματικών σχεδίων έρευνας και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων τους ενισχύουν την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επίσης, η μελέτη επιτυχημένων περιπτώσεων από τον τουριστικό τομέα μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και να ενισχύσει τις δεξιότητές τους.

2.3.E.4 | ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές της τμηματοποίησης αγοράς, της στόχευσης και της τοποθέτησης προϊόντος. Αναλύει την έννοια και τις βάσεις τμηματοποίησης αγοράς, καθώς και τα κριτήρια για αποτελεσματική τμηματοποίηση. Εξετάζει επίσης τη διαδικασία στόχευσης αγοράς και τη στρατηγική τοποθέτησης προϊόντος στην αγορά. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι θεμελιώδεις για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν δεξιότητες, ώστε να αναλύουν την αγορά, να εντοπίζουν διαφορετικά τμήματα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και ανάγκες και να τα προσεγγίζουν με συγκεκριμένες προτάσεις προϊόντων και υπηρεσιών. Μέσω της στόχευσης αγοράς, μπορούν να επιλέγουν τα πιο επικερδή τμήματα και να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους αναλόγως. Η τοποθέτηση προϊόντος τους υποστηρίζει στο να δημιουργούν ισχυρές και διαφοροποιημένες εικόνες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση των κριτηρίων τμηματοποίησης, για να εξασφαλίσουν ότι η τμηματοποίηση που πραγματοποιούν είναι ουσιαστική και αποτελεσματική. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δώσουν στην ανάπτυξη στρατηγικών στόχευσης που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των επιλεγμένων τμημάτων και στη δημιουργία μοναδικών προτάσεων αξίας μέσω της τοποθέτησης προϊόντος. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ασκήσεις που εστιάζονται στην ανάλυση δεδομένων για την τμηματοποίηση της αγοράς. Η ανάπτυξη πρακτικών σχεδίων στόχευσης και τοποθέτησης προϊόντων σε προσομοιωμένες συνθήκες αγοράς μπορεί να τους βοηθήσει να εφαρμόσουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πράξη. Επιπλέον, η μελέτη επιτυχημένων περιπτώσεων τμηματοποίησης και τοποθέτησης προϊόντων από τον τουριστικό τομέα μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις.

2.3.E.5 | Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις βασικές έννοιες και στρατηγικές που σχετίζονται με την πολιτική του τουριστικού προϊόντος. Εξετάζονται θέματα όπως η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, ο κύκλος ζωής του προϊόντος, η ανάπτυξη νέων προϊόντων και η διασφάλιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες από αυτή την υποενότητα είναι κρίσιμες για τη διαμόρφωση και τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Μέσα από την κατανόηση των στρατηγικών διαφοροποίησης και της ανάπτυξης νέων προϊόντων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμβάλλουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Η γνώση του κύκλου ζωής του προϊόντος τους επιτρέπει να αναγνωρίζουν τις φάσεις ανάπτυξης και να λαμβάνουν τις κατάλληλες αποφάσεις για κάθε φάση. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση της έννοιας της διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος και στις στρατηγικές που μπορούν να εφαρμοστούν για

την επίτευξή της. Επίσης, είναι σημαντικό να κατανοήσουν τον κύκλο ζωής του προϊόντος και πώς μπορούν να αναπτύξουν νέα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών. Η ποιότητα του προϊόντος είναι επίσης ένα βασικό σημείο που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η εκπόνηση μελετών περίπτωσης (case studies) που αναλύουν πραγματικά παραδείγματα διαφοροποίησης και ανάπτυξης τουριστικών προϊόντων. Επιπλέον, η διεξαγωγή ερευνών για την αξιολόγηση της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και η ανάλυση των αποτελεσμάτων τους μπορούν να βοηθήσουν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες στην πολιτική του τουριστικού προϊόντος.

2.3.E.6 | Η ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις βασικές αρχές και στρατηγικές της πολιτικής τιμών στον τουριστικό τομέα. Αναλύονται οι παράγοντες που επηρεάζουν τον καθορισμό των τιμών, όπως η ζήτηση, ο ανταγωνισμός, τα κόστη και οι τιμολογιακές στρατηγικές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν πώς να διαμορφώνουν τιμές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς και εξασφαλίζουν την κερδοφορία της επιχείρησης. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες από αυτή την υποενότητα θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα. Μέσω της κατανόησης των παραγόντων που επηρεάζουν την τιμολόγηση, μπορούν να αναπτύσσουν αποτελεσματικές τιμολογιακές στρατηγικές που ευνοούν την επιχείρηση, ώστε να παραμένει ανταγωνιστική και κερδοφόρα. Οι γνώσεις αυτές είναι επίσης σημαντικές για τη διαχείριση των εσόδων και την εφαρμογή δυναμικής τιμολόγησης. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τις τιμές, όπως οι ανάγκες και η συμπεριφορά των πελατών, οι τιμές των ανταγωνιστών και τα λειτουργικά κόστη. Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται επίσης στην κατανόηση των διαφορετικών στρατηγικών τιμολόγησης και πότε είναι κατάλληλη η εφαρμογή τους. Τέλος, συνιστάται να επικεντρωθούν στις τεχνικές παρακολούθησης των αλλαγών στην αγορά και προσαρμογής των τιμών σε πραγματικό χρόνο, καθώς πρόκειται για ιδιαίτερα σημαντικές δεξιότητες. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε προσομοιώσεις καθορισμού τιμών και δυναμικής τιμολόγησης. Επίσης, η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων από την αγορά διευκολύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αντιληφθούν πώς εφαρμόζονται οι θεωρητικές γνώσεις στην πράξη. Τέλος, η χρήση εργαλείων και λογισμικών διαχείρισης εσόδων προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει τις δεξιότητές τους στον τομέα αυτό.

2.3.E.7 | ΤΑ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια και τη σημασία των δικτύων διανομής στον τουριστικό τομέα. Αναλύονται οι λόγοι αξιοποίησης μεσαζόντων, η χρήση του διαδι-

κτύου στη διανομή, η ένταση της διανομής και οι δαπάνες που συνεπάγονται. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τον ρόλο των διαφορετικών καναλιών διανομής και πώς αυτά επηρεάζουν τη διαθεσιμότητα και την προσβασιμότητα των τουριστικών προϊόντων. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες από αυτή την υποενότητα είναι μεγάλης σημασίας για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα, καθώς η κατανόηση των δικτύων διανομής τους επιτρέπει να επιλέγουν και να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα κατάλληλα κανάλια για τη διανομή των τουριστικών προϊόντων τους. Αυτές οι δεξιότητες είναι κρίσιμες για τη βελτιστοποίηση της προσβασιμότητας, τη μείωση του κόστους και την ταυτόχρονη διασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιάσουν στη σημασία και τα οφέλη της αξιοποίησης μεσαζόντων στη διανομή των τουριστικών προϊόντων, καθώς και στη χρήση του διαδικτύου ως εργαλείου διανομής. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοήσουν την ένταση της διανομής και τις επιπτώσεις των δαπανών στη συνολική στρατηγική μάρκετινγκ. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην επιλογή των κατάλληλων καναλιών διανομής ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος και της αγοράς στόχου. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ομαδικές ασκήσεις που εστιάζονται στην ανάλυση και τον σχεδιασμό δικτύων διανομής. Η μελέτη περιπτώσεων από την πραγματική αγορά ενισχύει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην κατανόηση της εφαρμογής των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επιπλέον, η χρήση λογισμικών διαχείρισης διανομής προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει τις δεξιότητές τους στον τομέα αυτό.

2.3.E.8 | ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια και τις βασικές αρχές της πολιτικής πωλήσεων στον τουριστικό τομέα. Καλύπτει το μείγμα προώθησης, τον προϋπολογισμό της προώθησης, τον καθορισμό στόχων προώθησης και την επιλογή τεχνικών/εργαλείων προώθησης πωλήσεων. Επιπλέον, αναλύεται η ανάπτυξη προγράμματος προώθησης πωλήσεων, η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων, η έννοια και οι λόγοι ανάπτυξης της προσωπικής πώλησης, η ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων και η χρήση βάσεων δεδομένων. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι καίριες για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα, καθώς η κατανόηση των διαφορετικών τεχνικών προώθησης πωλήσεων και της προσωπικής πώλησης τους επιτρέπει να αναπτύξουν αποτελεσματικές στρατηγικές για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών τους. Αυτές οι δεξιότητες είναι κρίσιμες για την επίτευξη των στόχων πωλήσεων και την ανάπτυξη μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιάσουν στην κατανόηση του μείγματος προώθησης και του προϋπολογισμού που απαιτείται για τις δραστηριότητες προώθησης. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην επιλογή των κατάλληλων τεχνικών και εργαλείων προώθησης πωλήσεων, καθώς και στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων αυτών. Επιπλέον, είναι σημα-

ντικό να κατανοήσουν την έννοια της προσωπικής πώλησης και τον ρόλο της στη δημιουργία και διατήρηση σχέσεων με τους πελάτες. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε προσομοιώσεις που εστιάζονται στην ανάπτυξη στρατηγικών προώθησης πωλήσεων. Η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων από την αγορά ενισχύει την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επιπλέον, η χρήση εργαλείων διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM) διευκολύνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων στην προσωπική πώληση και την καλλιέργεια σχέσεων με τους πελάτες.

2.3.E.9 | Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην έννοια της διαφήμισης και τις αποφάσεις που σχετίζονται με αυτήν. Αναλύει τον ρόλο της διαφήμισης στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος και εξετάζει τις διάφορες στρατηγικές και τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία αποτελεσματικών διαφημιστικών εκστρατειών. Επίσης, καλύπτει τις αποφάσεις σχετικά με τον προϋπολογισμό της διαφήμισης, την επιλογή μέσων διαφήμισης και την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των διαφημιστικών προσπαθειών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουριστικού μάρκετινγκ, καθώς η κατανόηση των βασικών αρχών της διαφήμισης θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να σχεδιάζουν και να υλοποιούν αποτελεσματικές διαφημιστικές καμπάνιες που προσελκύουν τουρίστες και αυξάνουν την αναγνωρισιμότητα και την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος τους. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην κατανόηση της επιλογής των κατάλληλων διαφημιστικών μέσων ανάλογα με το κοινό-στόχο και τον προϋπολογισμό. Είναι σημαντικό να δώσουν προσοχή στη δημιουργία μηνυμάτων που είναι πειστικά και ελκυστικά, καθώς και στην αξιολόγηση της απόδοσης των διαφημιστικών εκστρατειών, για να διασφαλίσουν ότι οι στόχοι της διαφήμισης επιτυγχάνονται. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ομαδικές εργασίες που επικεντρώνονται στη δημιουργία διαφημιστικών μηνυμάτων και στον σχεδιασμό διαφημιστικών καμπανιών. Η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων διαφημιστικών εκστρατειών προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και διευκολύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επιπλέον, η συνεργασία με επαγγελματίες του χώρου μπορεί να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες και να ενισχύσει τις δεξιότητές τους στη διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος.

2.3.E.10 | ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η υποενότητα αυτή εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην έννοια και τη σημασία των δημοσίων σχέσεων (ΔΣ) στην τουριστική επιχείρηση. Αναλύει τους τρόπους με τους οποίους οι ΔΣ συμβάλλουν στην εικόνα, την αξιοπιστία και τη φήμη της του-

ριστικής επιχείρησης, καθώς και τη συμβολή των ΔΣ στη διαχείριση καταστάσεων κρίσης. Εξετάζονται οι διαφορετικές στρατηγικές και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την αποτελεσματική εφαρμογή των ΔΣ, καθώς και οι βασικές δραστηριότητες που εμπλέκονται. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουριστικό τομέα, καθώς η κατανόηση των ΔΣ θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να διαχειρίζονται αποτελεσματικά την επικοινωνία της επιχείρησής τους με το κοινό, τα μέσα ενημέρωσης και άλλους φορείς, εξασφαλίζοντας μια θετική εικόνα και αντιμετωπίζοντας αποτελεσματικά τυχόν κρίσεις. Αυτές οι δεξιότητες είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία και την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων. Προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στη στρατηγική σημασία των ΔΣ, ειδικά στην πρόληψη και διαχείριση κρίσεων. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δώσουν στην κατανόηση των διαφόρων εργαλείων και τεχνικών που χρησιμοποιούνται στις ΔΣ, καθώς και στην ανάπτυξη δεξιοτήτων για την αποτελεσματική επικοινωνία με το κοινό και τα μέσα ενημέρωσης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε προσομοιώσεις που εστιάζονται στη σύνταξη δελτίων τύπου, στη διοργάνωση συνεντεύξεων τύπου και στη διαχείριση κρίσεων. Επίσης, συνιστάται η μελέτη περιπτώσεων επιτυχημένων πρακτικών ΔΣ από πραγματικές τουριστικές επιχειρήσεις, η οποία προσφέρει ουσιαστικές γνώσεις. Επιπλέον, η συνεργασία με επαγγελματίες του τομέα μπορεί να ενισχύσει τις πρακτικές δεξιότητες των εκπαιδευομένων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2020). *Τουριστικό μάρκετινγκ* (4η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Μοσχονάς, Η., Πετράς, Χ. & Βάθης, Α. (2012). *Τουριστικό μάρκετινγκ*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3803>

Συμπληρωματικές

1. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. & Baloglu, S. (2019). *Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας* (2η έκδοση). Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
2. Middleton, V. T. C. & Hawkins, R. (2004). *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι να παρουσιάσει τις βασικές αρχές που διέπουν την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών στο πλαίσιο των επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται οι διαδικασίες διασφάλισης της ποιοτικής εξυπηρέτησης και η σημασία της για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Παρουσιάζονται η πελατοκεντρική προσέγγιση και η έννοια των προσδοκιών του πελάτη, ενώ επεξηγείται και η αξιοποίηση σχετικών εργαλείων στον τομέα των υπηρεσιών (μοντέλο SERVQUAL). Επιπροσθέτως, παρουσιάζονται επιμέρους ζητήματα που συμβάλλουν στην ποιοτική εξυπηρέτηση, όπως η έννοια του εσωτερικού μάρκετινγκ, και αναλύονται οι διαδικασίες αξιολόγησης της εξυπηρέτησης με γνώμονα τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ερμηνεύουν την ιδιαίτερη σημασία των πελατών/-ισσών, των αναγκών και των προσδοκιών τους,
- Αναπτύσσουν καλές πελατειακές σχέσεις,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία του εσωτερικού μάρκετινγκ και τη συμβολή του στην ποιοτική εξυπηρέτηση,
- Αξιοποιούν μοντέλα και εργαλεία (π.χ. SERVQUAL) με στόχο τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών,
- Υιοθετούν πρακτικές συνεχούς βελτίωσης της εξυπηρέτησης των πελατών/-ισσών κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Εντοπίζουν πρακτικές που δεν συμβάλλουν στην ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της πελατοκεντρικής προσέγγισης ως μέσου για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος,
- Αναλύουν τα διαφορετικά στάδια της προσωπικής πώλησης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Εξυπηρέτηση / Πελάτες / Επαγγελματισμός / Ικανοποίηση / Επικοινωνία / Παράπονα / Συγκρούσεις / Ποιότητα / Δέσμευση / Εσωτερικό μάρκετινγκ.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ
2	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ
3	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΑΦΩΝ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ
4	ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ
5	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ
6	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κείμενο αναφοράς

2.3.ΣΤ.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές της εξυπηρέτησης πελατών, με έμφαση στον ρόλο του εκπροσώπου εξυπηρέτησης, στις ανάγκες και στις προσδοκίες των πελατών, καθώς και στη σημασία της διατήρησης θετικής στάσης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν ποιοι είναι οι πελάτες, ποιοι είναι οι εκπρόσωποι εξυπηρέτησης πελατών και ποιος είναι ο ρόλος τους, γιατί είναι σημαντική η ικανοποίηση των πελατών και τι θέλουν πραγματικά οι πελάτες από την επιχείρηση. Επίσης, εξετάζεται η ανάπτυξη προτύπων εξυπηρέτησης πελατών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα σχετικά με τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών είναι σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν τις κατάλληλες δεξιότητες, ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν καλύτερη εξυπηρέτηση, να αναπτύσσουν καλές πελατειακές σχέσεις και να συνεισφέρουν στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για την επιχείρηση στην οποία εργάζονται. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην κατανόηση του ρόλου τους ως εκπρόσωποι/-ισσες εξυπηρέτησης πελατών, αναγνωρίζοντας τη σημασία της θετικής στάσης και της επικοινωνίας. Κρίνεται επίσης σκόπιμο να δώσουν προσοχή στην ανάπτυξη προτύπων εξυπηρέτησης και στο πώς να εντοπίζουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών, προσαρμόζοντας τις υπηρεσίες τους ανάλογα. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή τους σε παιχνίδια ρόλων (role-playing), όπου θα προσομοιώνουν καταστάσεις εξυπηρέτησης πελατών. Επίσης, συνιστάται η ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων καλής και κακής εξυπηρέτησης πελατών και η συζήτηση σχετικά με τις συνέπειες αυτών των περιπτώσεων. Η ανάγνωση και η εφαρμογή μοντέλων όπως το SERVQUAL μπορεί να ενισχύσει την κατανόηση της ποιότητας εξυπηρέτησης και της συνεχούς βελτίωσης.

2.3.ΣΤ.2 | ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Η υποεπαιδεύση εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές αρχές και τεχνικές της αποτελεσματικής επικοινωνίας με τους πελάτες. Αναλύει την ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, τη χρήση θετικών λέξεων και τόνου φωνής, καθώς και τη γλώσσα του σώματος. Επιπλέον, εξετάζει τη σημασία της αποστολής μηνυμάτων μέσω του φυσικού περιβάλλοντος και της βελτίωσης της τηλεφωνικής επικοινωνίας. Επιπρόσθετα, η υποεπαιδεύση εστιάζεται στην κατανόηση του στυλ επικοινωνίας του πελάτη για την επίτευξη καλύτερης αλληλεπίδρασης. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποεπαιδεύση κρίνονται σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύξουν δεξιότητες αποτελεσματικής επικοινωνίας με τους πελάτες, εξασφαλίζοντας την ικανοποίηση και την εμπιστοσύνη τους. Οι δεξιότητες ενεργητικής ακρόασης και η χρήση κατάλληλου τόνου φωνής και γλώσσας του σώματος συμβάλλουν στη δημιουργία θετικών εμπειριών πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης, δίνοντας προσοχή στις λεπτομέρειες των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών. Είναι σημαντικό να εξασκηθούν στη χρήση θετικών λέξεων και τόνου φωνής, καθώς και στην παρατήρηση και χρήση της γλώσσας του σώματος. Επιπλέον, ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην κατανόηση των διαφορετικών στυλ επικοινωνίας των πελατών και στη βελτίωση της τηλεφωνικής επικοινωνίας. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενδείκνυται να συμμετέχουν σε πρακτικές ασκήσεις και παιχνίδια ρόλων που προσομοιώνουν την επικοινωνία με πελάτες/-ισσες. Η ανάλυση βίντεο με παραδείγματα καλής και κακής επικοινωνίας ενισχύει την κατανόηση των βέλτιστων πρακτικών. Επίσης, η εξάσκηση σε τηλεφωνικές συνομιλίες με συναδέλφους και η παρατήρηση της γλώσσας του σώματος κατά την επικοινωνία συμβάλλουν στην ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων.

2.3.ΣΤ.3 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΠΑΦΩΝ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ

Η υποεπαιδεύση εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις τεχνικές διαχείρισης των επαφών με τους πελάτες. Εξετάζει τα στάδια προετοιμασίας πριν από την επαφή, την αρχική προσέγγιση, τη διαδικασία αναγνώρισης και κατανόησης των αναγκών του πελάτη και τη διαχείριση των προσδοκιών. Επιπλέον, αναλύει την ορθή διαχείριση του χρόνου κατά τη διάρκεια της επαφής και τη σημασία της επίδειξης επαγγελματισμού και ευγένειας. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποεπαιδεύση είναι σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύξουν δεξιότητες, ώστε να προετοιμάζονται αποτελεσματικά για τις επαφές με τους πελάτες, να αναγνωρίζουν και να κατανοούν τις ανάγκες τους και να διαχειρίζονται τις προσδοκίες τους. Η καλή διαχείριση των επαφών με τους πελάτες συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης και στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη σωστή προετοιμα-

σία πριν από κάθε επαφή, συλλέγοντας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τον πελάτη και τα θέματα που θα συζητηθούν. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην αναγνώριση των αναγκών και των προσδοκιών του πελάτη, καθώς και στη διαχείριση του χρόνου για την αποφυγή καθυστερήσεων. Η επίδειξη επαγγελματισμού και ευγένειας καθ' όλη τη διάρκεια της επαφής είναι επίσης καίριας σημασίας. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενδείκνυται να συμμετέχουν σε πρακτικές ασκήσεις και παιχνίδια ρόλων που προσομοιώνουν επαφές με πελάτες/-ισσες. Η προετοιμασία και η παρουσίαση περιστατικών με βάση πραγματικές καταστάσεις μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση των διαφορετικών προσεγγίσεων και στην ανάπτυξη κατάλληλων στρατηγικών. Επιπλέον, η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχούς και αποτυχημένης διαχείρισης επαφών προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες.

2.3.ΣΤ.4 | ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις τεχνικές διαχείρισης παραπόνων και συγκρούσεων με τους πελάτες. Εξετάζει τις στρατηγικές για την αποτελεσματική αντιμετώπιση παραπόνων, τη σημασία της ενεργητικής ακρόασης και της ενσυναίσθησης και τη διαδικασία επίλυσης συγκρούσεων. Επιπλέον, αναλύει τη σημασία της διατήρησης της ψυχραιμίας και του επαγγελματισμού κατά την αντιμετώπιση δύσκολων καταστάσεων. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν δεξιότητες, ώστε να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά τα παράπονα των πελατών και να επιλύουν συγκρούσεις με τρόπο που προάγει την ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών. Η ικανότητα διαχείρισης παραπόνων και συγκρούσεων συμβάλλει στην ενίσχυση της θετικής εικόνας της επιχείρησης και στην αποφυγή αρνητικών επιπτώσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων ενεργητικής ακρόασης και ενσυναίσθησης, προκειμένου να κατανοούν πλήρως τα παράπονα και τις ανησυχίες των πελατών. Επίσης, είναι σημαντικό να εκπαιδευτούν να παραμένουν ψύχραιμοι/-ες και επαγγελματίες/-ισσες κατά τη διάρκεια δύσκολων καταστάσεων και να εφαρμόζουν στρατηγικές επίλυσης συγκρούσεων που προάγουν την κατανόηση και τη συνεργασία. Επιπλέον, κρίνεται σκόπιμο να εξασκηθούν στη διατήρηση θετικής στάσης και στην αναζήτηση λύσεων που ικανοποιούν τόσο τους πελάτες όσο και την επιχείρηση. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενδείκνυται να συμμετέχουν σε προσομοιώσεις και παιχνίδια ρόλων που αναπαριστούν πραγματικά περιστατικά παραπόνων και συγκρούσεων. Η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένης και αποτυχημένης διαχείρισης παραπόνων μπορεί να προσφέρει πολύτιμα διδάγματα. Επίσης, η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις που εστιάζονται στις τεχνικές επίλυσης προβλημάτων ενισχύει τις ικανότητές τους στην αντιμετώπιση δύσκολων καταστάσεων.

2.3.ΣΤ.5 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Η υποεπαιρέτητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις αρχές και τις πρακτικές της συνεχούς βελτίωσης της εξυπηρέτησης πελατών. Εξετάζει τη σημασία της συλλογής και ανάλυσης ανατροφοδότησης από τους πελάτες, την εφαρμογή βελτιωτικών αλλαγών και την παρακολούθηση των αποτελεσμάτων. Επιπλέον, αναλύει τη διαδικασία θέσπισης και αξιολόγησης προτύπων εξυπηρέτησης, καθώς και τη σημασία της εκπαίδευσης του προσωπικού. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποεπαιρέτητα είναι σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν δεξιότητες, ώστε να εφαρμόζουν μεθόδους συνεχούς βελτίωσης, διασφαλίζοντας έτσι την υψηλή ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών. Η ικανότητα αναγνώρισης των αναγκών για βελτιώσεις και η υλοποίηση σχετικών δράσεων συμβάλλουν στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και στην ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη σημασία της ανατροφοδότησης από τους πελάτες και στην ανάλυση των δεδομένων για την αναγνώριση περιοχών που χρειάζονται βελτίωση. Επίσης, κρίνεται σκόπιμο να κατανοήσουν τη διαδικασία εφαρμογής βελτιωτικών αλλαγών και την παρακολούθηση των αποτελεσμάτων αυτών των αλλαγών. Επιπλέον, συνιστάται να επικεντρωθούν στη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού για την εξασφάλιση υψηλών προτύπων εξυπηρέτησης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων τεχνικών βελτίωσης στην εξυπηρέτηση πελατών, η οποία μπορεί να προσφέρει ουσιαστικές γνώσεις και παραδείγματα προς μίμηση. Επίσης, η δημιουργία σχεδίων δράσης για την εφαρμογή βελτιωτικών αλλαγών ενισχύει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στην εφαρμογή των αρχών της συνεχούς βελτίωσης στην πράξη.

2.3.ΣΤ.6 | ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η υποεπαιρέτητα παρουσιάζει τις πρακτικές του εσωτερικού μάρκετινγκ. Εξετάζει τη σημασία της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και της δημιουργίας θετικού εργασιακού περιβάλλοντος, τη διαδικασία ευαισθητοποίησης και κινητοποίησης του προσωπικού, καθώς και τη σύνδεση της εσωτερικής κουλτούρας με την ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών. Επιπλέον, αναλύει τις στρατηγικές που μπορούν να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις για την ενίσχυση της δέσμευσης και της αφοσίωσης των εργαζομένων. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποεπαιρέτητα είναι σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν δεξιότητες για να δημιουργούν και να συντηρούν ένα θετικό και υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον, το οποίο θα ενισχύει την αφοσίωση των εργαζομένων και την ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών. Η κατανόηση της σημασίας του εσωτερικού μάρκετινγκ συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγικότητας και της ικανοποίησης τόσο των εργαζομένων όσο και των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην εφαρμογή στρατηγι-

κών που ενισχύουν τη δέσμευση των εργαζομένων. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία και στη δημιουργία ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος. Επίσης, συνιστάται να επικεντρωθούν στη σύνδεση της εσωτερικής κουλτούρας με την ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών και να εφαρμόζουν πρακτικές που προάγουν την ευημερία και την αφοσίωση του προσωπικού. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων πρακτικών εσωτερικού μάρκετινγκ, η οποία μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και παραδείγματα προς μίμηση. Επίσης, η συμμετοχή σε ομαδικές δραστηριότητες και η συνεργασία με συναδέλφους σε προγράμματα βελτίωσης της επικοινωνίας και της κουλτούρας ενισχύουν την εφαρμογή των αρχών του εσωτερικού μάρκετινγκ στην πράξη.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2020). *Υποδειγματική εξυπηρέτηση πελατών: 60 τρόποι για να δημιουργήσετε πιστούς πελάτες*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Deviney, D. E. (1998). *Outstanding customer service: the key to customer loyalty*. Virginia Beach, VA: Coastal Training Technologies Corp. Ανακτήθηκε από: <https://www.trainingsolutions.com/pdf/outstanding.pdf>

Συμπληρωματικές

1. Μοσχονάς, Η., Πετρέας, Χ. & Βάθης, Α. (2012). *Τουριστικό μάρκετινγκ*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3803>
2. Ανοικτή Βιβλιοθήκη. (2021). *Εξυπηρέτηση πελατών: από την ποιοτική στην εξαιρετική εξυπηρέτηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Game Tree. Ανακτήθηκε από: <https://www.openbook.gr/exypiretisi-pelaton/>

2.3.Ζ • ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τις βασικές αρχές της λογιστικής επιστήμης και των κυριότερων οικονομικών καταστάσεων. Παρουσιάζονται η σημασία της επιτυχημένης λογιστικής διαχείρισης, οι γενικές αρχές της λογιστικής, το Γενικό λογιστικό σχέδιο και οι τεχνικές παρακολούθησης των βασικών λογιστικών λειτουργιών ενός τουριστικού γραφείου. Αναφέρονται οι έννοιες και οι διαδικασίες της απογραφής, του ισολογισμού, της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης, η έννοια της ταμειακής ροής της

εταιρείας (cash flow) και οι διακρίσεις των λογαριασμών. Ακόμη, αναλύονται οι συνηθισμένοι λογαριασμοί που χρησιμοποιούνται κατά τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τη σημασία της εφαρμογής των αρχών της Λογιστικής για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία μιας επιχείρησης,
- Εξηγούν βασικούς όρους της λογιστικής όπως: ενεργητικό, παθητικό, καθαρή θέση, λογαριασμός, έσοδα, έξοδα, απόσβεση, απογραφή, ισολογισμός κ.λπ.,
- Περιγράφουν τη διαδικασία σύνταξης του ισολογισμού,
- Πραγματοποιούν αναλύσεις με βάση τις κυριότερες λογιστικές καταστάσεις ενός τουριστικού γραφείου,
- Διαχειρίζονται με αποτελεσματικό τρόπο τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες για τη σύνταξη των λογιστικών καταστάσεων μιας επιχείρησης,
- Ερμηνεύουν τις κυριότερες λογιστικές καταστάσεις,
- Χειρίζονται τις λογιστικές καταστάσεις μιας επιχείρησης βάσει της δεοντολογίας της λογιστικής επιστήμης,
- Απορρίπτουν πρακτικές που δεν συνάδουν με τις αρχές της λογιστικής επιστήμης,
- Εκτελούν απλές εγγραφές στα λογιστικά βιβλία τουριστικών επιχειρήσεων κάνοντας χρήση του απλογραφικού και διπλογραφικού συστήματος,
- Προσδιορίζουν την οικονομική κατάσταση (περιουσία) μιας τουριστικής επιχείρησης,
- Ελέγχουν τα οικονομικά αποτελέσματα (κέρδη ή ζημιές) μιας τουριστικής επιχείρησης,
- Συμμετέχουν στην οργάνωση του λογιστηρίου μιας τουριστικής επιχείρησης.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Λογιστικό σχέδιο / Λογιστικό ημερολόγιο / Ισοζύγιο / Λογαριασμοί / Χρηματοοικονομικές καταστάσεις / Λογιστικό γεγονός / Λογιστικές εγγραφές / Ισολογισμός / Αποτελέσματα χρήσης / Οργάνωση λογιστηρίου.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ
2	ΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ
3	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ
4	ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ
5	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗΣ
6	ΕΙΔΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ
7	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Ζ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Στην πρώτη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισάγονται στις βασικές αρχές της χρηματοοικονομικής λογιστικής. Μαθαίνουν να διακρίνουν τις επιχειρήσεις ανά μέγεθος, αντικείμενο και νομική μορφή, ενώ εξοικειώνονται με τους διάφορους κλάδους της λογιστικής. Επίσης, κατανοούν τη σημασία των λογιστικών πληροφοριών τόσο για την επιχείρηση όσο και για τους εξωγενείς παράγοντες. Επιπρόσθετα, εισάγονται στις βασικές αρχές του Κώδικα Φορολογικής Απεικόνισης Στοιχείων (ΚΦΑΣ) και αναγνωρίζουν τα βιβλία της Γ' κατηγορίας. Οι γνώσεις που αποκτώνται σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικές για την κατανόηση και την αποτελεσματική εκτέλεση των λογιστικών εργασιών σε μια τουριστική επιχείρηση, καθώς επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύσσουν δεξιότητες για τη σωστή τήρηση των λογιστικών βιβλίων και τη συμμόρφωση με τους φορολογικούς κανονισμούς. Οι δεξιότητες αυτές είναι απαραίτητες για την είσοδό τους στον επαγγελματικό χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην αρχή της ακρίβειας και πληρότητας των λογιστικών εγγραφών. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν πώς να διακρίνουν τα υποχρεωτικά και προαιρετικά δικαιολογητικά και πώς αυτά επηρεάζουν τον εκδότη τους. Επιπλέον, πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στη σωστή απεικόνιση των λογιστικών εγγραφών στα βιβλία. Για να ενισχύσουν την κατανόησή τους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να αναλύσουν παραδείγματα επιχειρήσεων και να τα κατατάξουν ανάλογα με το είδος και τη νομική τους μορφή. Η χρήση υπολογιστή για την ανάλυση διπλογραφικών βιβλίων και η εξέταση παραστατικών με έμφαση σε σημαντικά σημεία, όπως η ημερομηνία, η αξία, το όνομα του εκδότη, η έδρα και η περιγραφή των προϊόντων ή υπηρεσιών, προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει την κατανόηση των εννοιών.

2.3.Z.2 | ΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν τη δομή και τη λειτουργία του λογιστικού σχεδίου. Εξοικειώνονται με το Γενικό Λογιστικό Σχέδιο (ΓΛΣ) και τις κατηγορίες λογαριασμών που περιλαμβάνει, και διδάσκονται πώς να δημιουργούν και να χρησιμοποιούν ένα λογιστικό σχέδιο για την καταγραφή και παρακολούθηση των οικονομικών συναλλαγών μιας τουριστικής επιχείρησης. Η γνώση του λογιστικού σχεδίου είναι ιδιαίτερης σημασίας για τη σωστή καταγραφή και διαχείριση των οικονομικών δεδομένων σε μια τουριστική επιχείρηση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να οργανώνουν και να κατηγοριοποιούν τις λογιστικές εγγραφές, διευκολύνοντας έτσι την ανάλυση των οικονομικών αποτελεσμάτων και τη λήψη ορθών οικονομικών αποφάσεων. Αυτή η δεξιότητα είναι κρίσιμη για τη διατήρηση της οικονομικής τάξης και διαφάνειας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν κυρίως στην κατανόηση των διαφόρων κατηγοριών λογαριασμών και της χρήσης τους μέσα στο λογιστικό σχέδιο. Κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό να κατανοήσουν τη σημασία της ακρίβειας και της συνέπειας στις λογιστικές εγγραφές, καθώς και την επίδραση που έχει η σωστή κατηγοριοποίηση στη γενικότερη οικονομική εικόνα της επιχείρησης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής διαδικασίας, ενδείκνυται η μελέτη παραδειγμάτων λογιστικών σχεδίων από πραγματικές τουριστικές επιχειρήσεις. Επίσης, η συμμετοχή σε πρακτικές ασκήσεις που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και την ενημέρωση ενός λογιστικού σχεδίου θα βοηθήσει στην εμπέδωση των γνώσεων. Η εφαρμογή του ΓΛΣ σε υποθετικά σενάρια και η συνεργασία σε ομάδες για την επίλυση λογιστικών προβλημάτων μπορούν να ενισχύσουν την πρακτική τους κατανόηση.

2.3.Z.3 | ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές χρηματοοικονομικές καταστάσεις που χρησιμοποιούνται σε μια επιχείρηση, όπως ο ισολογισμός, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, η κατάσταση ταμειακών ροών και η κατάσταση μεταβολών καθαρής θέσης. Επεξηγούνται ο σκοπός και η δομή κάθε κατάστασης και πώς αυτές αντικατοπτρίζουν την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις αποτελούν το βασικό εργαλείο για την αξιολόγηση της οικονομικής υγείας μιας τουριστικής επιχείρησης. Η κατανόηση και η ικανότητα ερμηνείας και σύνταξης αυτών των καταστάσεων επιτρέπουν στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να αναλύουν την οικονομική απόδοση, να εντοπίζουν τάσεις και προβλήματα, και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις για την πορεία της επιχείρησης. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για τη διαχείριση των οικονομικών και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην ακριβή καταγραφή και ερμηνεία των δεδομένων που περιλαμβάνονται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοήσουν πώς οι διάφορες καταστάσεις συνδέονται μεταξύ τους και πώς κάθε μία συνεισφέρει στη συνολική εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να

δοθεί στις λεπτομέρειες που μπορεί να επηρεάσουν την ανάλυση των αποτελεσμάτων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, συνιστάται η εξάσκηση τους στη σύνταξη και ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων, χρησιμοποιώντας πραγματικά ή υποθετικά δεδομένα. Η ανάλυση δημοσιευμένων χρηματοοικονομικών καταστάσεων από τουριστικές επιχειρήσεις ενισχύει την κατανόηση της εφαρμογής των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επίσης, η συμμετοχή τους σε ομάδες εργασίας όπου θα δημιουργούν και θα ερμηνεύουν καταστάσεις διευκολύνει τη συνεργασία και την κατανόηση των εννοιών.

2.3.Z.4 | ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

Η υποενότητα εξετάζει τα διάφορα λογιστικά γεγονότα που επηρεάζουν την οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης. Παρουσιάζονται οι εγγραφές που πραγματοποιούνται στα λογιστικά βιβλία κατά την πραγματοποίηση οικονομικών συναλλαγών, όπως αγορές, πωλήσεις, πληρωμές και εισπράξεις. Επεξηγείται επίσης η σημασία της ακριβούς και έγκαιρης καταγραφής αυτών των γεγονότων. Η κατανόηση και η σωστή καταγραφή των λογιστικών γεγονότων είναι ιδιαίτερης σημασίας για τη διαχείριση των οικονομικών μιας τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται στην καταγραφή των οικονομικών γεγονότων με ακρίβεια, στην τήρηση λογιστικών βιβλίων με οργανωμένο τρόπο και στη διασφάλιση της διαφάνειας στις οικονομικές συναλλαγές. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για την εξασφάλιση της αξιοπιστίας των χρηματοοικονομικών καταστάσεων και για τη λήψη ορθών επιχειρηματικών αποφάσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη διαδικασία καταγραφής των λογιστικών γεγονότων, διασφαλίζοντας την ακρίβεια και την πληρότητα των εγγραφών. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν πώς κάθε λογιστικό γεγονός επηρεάζει τα οικονομικά δεδομένα της επιχείρησης και να είναι σε θέση να ερμηνεύουν τις συνέπειες αυτών των γεγονότων στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη συσχέτιση των λογιστικών γεγονότων με τις αρχές της λογιστικής και τη σχετική νομοθεσία. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να ασκηθούν στην καταγραφή λογιστικών γεγονότων μέσω πραγματικών ή υποθετικών σεναρίων. Η συμμετοχή τους σε ασκήσεις που περιλαμβάνουν την εγγραφή και την ανάλυση λογιστικών γεγονότων θα βοηθήσει στην εμπέδωση των γνώσεων. Επίσης, η χρήση λογιστικών προγραμμάτων για την καταγραφή και την παρακολούθηση των λογιστικών εγγραφών προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει την κατανόηση των εννοιών.

2.3.Z.5 | ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές και μεθόδους κοστολόγησης που χρησιμοποιούνται για την ανάλυση και διαχείριση του κόστους σε μια επιχείρηση. Εξετάζονται διάφορες κατηγορίες κόστους, όπως άμεσο και έμμεσο κόστος, σταθερό και μεταβλητό κόστος, και αναλύονται διάφορες τεχνικές κοστολόγησης. Η κατανόηση

της κοστολόγησης είναι ιδιαίτερης σημασίας για τη λήψη ορθών οικονομικών αποφάσεων και την αποδοτική διαχείριση των πόρων σε μια τουριστική επιχείρηση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται να υπολογίζουν το κόστος των υπηρεσιών και των προϊόντων, να αναλύουν την κερδοφορία και να εντοπίζουν ευκαιρίες για μείωση του κόστους και αύξηση της αποδοτικότητας. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη στρατηγικών τιμολόγησης και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των διαφόρων τύπων κόστους και στο πώς αυτά επηρεάζουν τη συνολική δομή κόστους της επιχείρησης. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν τη διαφορά μεταξύ άμεσου και έμμεσου κόστους και να μπορούν να εφαρμόζουν τις κατάλληλες μεθόδους κοστολόγησης, ανάλογα με την ιδιαίτερη φύση των δραστηριοτήτων της τουριστικής επιχείρησης. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη χρήση των πληροφοριών κόστους για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να ασκηθούν στην εφαρμογή διαφόρων μεθόδων κοστολόγησης μέσω υποθετικών ή πραγματικών σεναρίων. Η ανάλυση περιπτώσεων και η συμμετοχή τους σε εργασίες όπου θα υπολογίζουν και θα αναλύουν το κόστος των προϊόντων και των υπηρεσιών υποστηρίζει την εμπέδωση των γνώσεων. Επίσης, η χρήση λογιστικών λογισμικών για την καταγραφή και ανάλυση του κόστους προσφέρει πρακτική εμπειρία και ενισχύει την κατανόηση των εννοιών.

2.3.3.6 | ΕΙΔΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Η υποενότητα αναλύει τα ειδικά λογιστικά θέματα που αφορούν αποκλειστικά τις τουριστικές επιχειρήσεις και ειδικά τα τουριστικά γραφεία. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι πιθανές οργανωτικές δομές που συναντώνται στην τουριστική επιχείρηση ή/και στο τουριστικό γραφείο και αναλύονται τα έξοδα διοίκησης και διαχείρισης, καθώς και η λογιστική τους απεικόνιση στα βιβλία της επιχείρησης. Εξετάζονται επίσης τα έξοδα και οι πιθανές ζημιές που μπορεί να προκύψουν από έκτακτες αιτίες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται να διαχειρίζονται και να καταγράφουν σύνθετα λογιστικά θέματα, τα οποία είναι κρίσιμα για τη σωστή οικονομική διαχείριση των τουριστικών επιχειρήσεων. Αναπτύσσουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αποφυγή του συναλλαγματικού κινδύνου μέσω της προαγοράς συναλλάγματος και κατανοούν τα φορολογικά θέματα που αφορούν τα τουριστικά γραφεία. Αυτές οι γνώσεις είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική διαχείριση των οικονομικών πόρων και τη συμμόρφωση με τις λογιστικές και φορολογικές απαιτήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη σωστή απεικόνιση και κατανομή των εξόδων ανά λογαριασμό και στον χρόνο, καθώς και στη διόρθωση πιθανών σφαλμάτων που μπορεί να προκύψουν από σύνθετες διαδικασίες. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη χρονική διάσταση των λογιστικών εγγραφών και στη διασφάλιση της ακρίβειας και της πληρότητας των οικονομικών δεδομένων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναλύσουν πραγματικά

παραδείγματα προβλημάτων που ενδέχεται να προκύψουν από τη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης ή/και ενός τουριστικού γραφείου και να πραγματοποιήσουν τις απαιτούμενες λογιστικές εγγραφές. Η συμμετοχή σε ομαδικές ασκήσεις, όπου θα εξετάζουν και θα επιλύουν προβλήματα λογιστικής φύσης, ενισχύει την εμπέδωση των γνώσεων.

2.3.Z.7 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Η υποενοότητα παρουσιάζει την οργάνωση και τη λειτουργία ενός λογιστηρίου σε μια τουριστική επιχείρηση. Εξετάζει τις βασικές αρχές οργάνωσης, τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες του προσωπικού του λογιστηρίου, καθώς και τα εργαλεία και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για την αποτελεσματική λειτουργία του. Η οργάνωση και λειτουργία του λογιστηρίου αποτελεί βασικό τμήμα της διαχείρισης των οικονομικών μιας τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται να οργανώνουν τα λογιστικά αρχεία και να εξασφαλίζουν την τάξη και την ακρίβεια των διαδικασιών. Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική οικονομική διαχείριση και την οργάνωση της πληροφορίας με σκοπό τη συμμόρφωση προς τις νομοθετικές απαιτήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη λειτουργία ενός λογιστηρίου και στις διαδικασίες που διασφαλίζουν την ακρίβεια και την αξιοπιστία των λογιστικών δεδομένων. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν τις αρμοδιότητες κάθε θέσης στο λογιστήριο και πώς να χρησιμοποιούν τα λογιστικά συστήματα και εργαλεία για την αποτελεσματική διαχείριση των καθημερινών εργασιών. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συμμετέχουν σε πρακτικές ασκήσεις που περιλαμβάνουν την οργάνωση και λειτουργία ενός λογιστηρίου. Η μελέτη περιπτώσεων από πραγματικές επιχειρήσεις και η συμμετοχή σε ομαδικές εργασίες, όπου θα οργανώνουν και θα διαχειρίζονται ένα υποθετικό λογιστήριο, θα βοηθήσουν στην εμπέδωση των γνώσεων. Επίσης, η χρήση λογιστικών προγραμμάτων για την καταγραφή και την παρακολούθηση των οικονομικών συναλλαγών θα προσφέρει πρακτική εμπειρία και θα ενισχύσει την κατανόηση των διαδικασιών οργάνωσης και λειτουργίας του λογιστηρίου.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Μπεκιάρης, Μ. & Τζόβας, Χ. (2017). *Αρχές χρηματοοικονομικής λογιστικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Διακομιχάλης, Μ. (2020). *Λογιστική του τουρισμού με το ΕΓΛΣ και τα ΕΛΠ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Συμπληρωματικές

1. Τουρνά-Γερμανού, Ε. (2015). *Χρηματοοικονομική λογιστική*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από:
<http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-950>
2. Κοντάκος, Α., Μαργαρώνης, Κ. & Ζαρίφης, Α. (χ.χ.). *Αρχές λογιστικής – Β' ΕΠΑ.Λ*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3661>

2.3.Η • ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι να παρουσιάσει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες τις έννοιες της αειφορίας και της βιωσιμότητας, καθώς και την ιδιαίτερη σημασία που έχουν στη σύγχρονη εποχή για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού. Ειδικότερα, παρουσιάζεται η ιστορική αναδρομή της εξέλιξης των εννοιών της βιωσιμότητας και της αειφορίας κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, καθώς και τα ιδιαίτερα στοιχεία κατά τη σύγχρονη εποχή. Παρουσιάζονται οι επιπτώσεις του τουριστικού κλάδου και η σημασία της ορθής διαχείρισής τους, με γνώμονα την ισορροπία ανάμεσα στους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας: την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Παρουσιάζονται παραδείγματα πολιτικών που στηρίζουν και προωθούν την αειφορία στους τουριστικούς προορισμούς, καθώς και η σημασία της συνέργειας των άμεσα και έμμεσα εμπλεκομένων φορέων στην εφαρμογή των αρχών της βιωσιμότητας. Τέλος, παρουσιάζεται το πλαίσιο των ευρωπαϊκών κανονισμών σχετικά με την προώθηση της αειφορίας στον τουρισμό και στην προστασία του περιβάλλοντος.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Περιγράφουν τις έννοιες της αειφορίας και της βιωσιμότητας στο σύγχρονο περιβάλλον,

- Αναγνωρίζουν τη σημασία της εφαρμογής των αρχών της βιωσιμότητας και της αειφορίας στον τουρισμό,
- Ερμηνεύουν τη σημασία του φυσικού περιβάλλοντος για έναν τουριστικό προορισμό,
- Παρουσιάζουν τη διαχρονική εξέλιξη των πρακτικών βιωσιμότητας και αειφορίας στον τουρισμό κατά τις τελευταίες τρεις δεκαετίες σε παγκόσμιο επίπεδο,
- Εντοπίζουν πολιτικές που συμβάλλουν στην προώθηση της αειφορίας σε έναν τουριστικό προορισμό,
- Ταξινομούν τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία υποδοχής,
- Υιοθετούν πρακτικές βιωσιμότητας και αειφορίας κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Διακρίνουν πρακτικές βιωσιμότητας στην καθημερινή λειτουργία των τουριστικών γραφείων, αλλά και των τουριστικών επιχειρήσεων εν γένει,
- Αξιολογούν κάθε πολιτική για το περιβάλλον και πώς αυτή προστατεύει το περιβάλλον και διασφαλίζει μακροπρόθεσμα την παροχή του τουριστικού προϊόντος,
- Αναφέρουν τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς και τις πολιτικές για την προώθηση της αειφορίας και την προστασία του περιβάλλοντος στον τουριστικό κλάδο,
- Αναλύουν τις επιπτώσεις του υπερτουρισμού.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Αειφόρος τουρισμός / Υπεύθυνος τουρισμός / Βιωσιμότητα / Περιβαλλοντική διαχείριση / Κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις / Κοινωνική υπευθυνότητα / Κλιματική αλλαγή / Βιώσιμες πρακτικές / Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας / Περιβαλλοντική εκπαίδευση / Τοπικές κοινότητες / Διεθνείς οργανισμοί.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
2	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
3	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
4	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ
5	ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
6	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΒΙΩΣΙΜΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Κείμενο αναφοράς

2.3.Η.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να παρέχει μια ολοκληρωμένη εικόνα της ιστορικής εξέλιξης της βιωσιμότητας στον τουρισμό, επιτρέποντας στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοήσουν τη σημασία της ιστορικής γνώσης για την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών και πολιτικών. Αρχικά, περιγράφονται οι βασικές έννοιες της αειφορίας και της βιωσιμότητας και ερμηνεύεται η σημασία τους στον τουριστικό τομέα. Ακολούθως, αποσαφηνίζονται έννοιες όπως ο ήπιος τουρισμός, ο υπεύθυνος τουρισμός, ο ενσωματωμένος τουρισμός, ο τουρισμός με σύνεση, η φέρουσα ικανότητα, ο αειφόρος τουρισμός, ο μαζικός τουρισμός και ο υπερτουρισμός. Στη συνέχεια, αναλύεται η εξέλιξη των αντιλήψεων για τη βιωσιμότητα στον τουρισμό από τις δεκαετίες του 1960 και 1970 μέχρι σήμερα και ειδικότερα τα κύρια γεγονότα και οι κρίσιμες στιγμές που επηρέασαν την ανάπτυξη και την εξέλιξη της έννοιας. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην κρίση του πετρελαίου και στα περιβαλλοντικά κινήματα της δεκαετίας του 1970, που ώθησαν τον τουριστικό τομέα να αναζητήσει πιο βιώσιμες πρακτικές. Επιπρόσθετα, εξετάζονται οι παγκόσμιες διασκέψεις και οι συμφωνίες, όπως η Διάσκεψη του Ρίο το 1992 και το Πρωτόκολλο του Κιότο, που επηρέασαν τις πολιτικές και τις στρατηγικές του τουρισμού. Τέλος, εκτιμάται η συμβολή διεθνών οργανισμών, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού [World Tourism Organization (UNWTO)], και πρωτοβουλιών, όπως το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού [Global Sustainable Tourism Council (GSTC)], στην προώθηση της βιωσιμότητας. Στο πλαίσιο εμβάθυνσης και πληρέστερης κατανόησης της εν λόγω εκπαιδευτικής υποενότητας, προτείνεται να εμπλακούν όλοι/-ες οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, και να συγκρίνουν την προσέγγιση της βιωσιμότητας ανάμεσα σε διαφορετικές περιόδους και να εξετάσουν τις μελλοντικές προοπτικές και τάσεις στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.

2.3.Η.2 | ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η υποενότητα αυτή εστιάζεται στην περιβαλλοντική διάσταση της βιωσιμότητας στον τουρισμό και στην εξέταση των επιπτώσεων των τουριστικών δραστηριοτήτων στο φυσικό περιβάλλον. Αρχικά, ερμηνεύεται η έννοια της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον τουρισμό, αναλύονται οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τουριστικός τομέας λόγω των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων, και επισημαίνεται η ανάγκη για βιώσιμες πρακτικές και πολιτικές. Στη συνέχεια, περιγράφονται οι αρνητικές επιπτώσεις των τουριστικών δραστηριοτήτων στο φυσικό περιβάλλον, όπως η αύξηση των αποβλήτων και η ρύπανση. Ακολούθως, εξετάζεται η σημασία της διατήρησης της βιοποικιλότητας σε τουριστικούς προορισμούς και η ανάγκη προστασίας των ευαίσθητων οικοσυστημάτων. Παράλληλα, ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη σημασία της εκπαίδευσης και της ευαισθητοποίησης των τουριστών/-τριών και των τοπικών κοι-

νοτήτων για την υποστήριξη βιώσιμων πρακτικών. Τέλος, αξιολογείται η επίδραση της κλιματικής αλλαγής στον τουρισμό και προτείνονται στρατηγικές για την προσαρμογή στις νέες κλιματικές συνθήκες. Στην υποενότητα αυτή, παρόλο που το αντικείμενο μελέτης είναι θεωρητικό, είναι σημαντικό να αξιοποιηθεί ο διδακτικός χρόνος και να ζητηθεί από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αφηγηθούν και να απαριθμήσουν γεγονότα των τελευταίων χρόνων που έθεσαν σε κίνδυνο το φυσικό περιβάλλον και είχαν αρνητικές επιπτώσεις στις τουριστικές επιχειρήσεις ή προορισμούς. Επιπρόσθετα, στο πλαίσιο αυτό, προτείνεται, για την απόκτηση δεξιοτήτων, να αξιοποιηθούν εκπαιδευτικές τεχνικές οι οποίες ενθαρρύνουν τον δημιουργικό και αυθεντικό τρόπο σκέψης, όπως ο καταιγισμός ιδεών (brainstorming), προκειμένου οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εντοπίσουν διάφορες βιώσιμες πρακτικές που μπορούν να εφαρμοστούν για τη μείωση του αποτυπώματος των τουριστικών δραστηριοτήτων στο περιβάλλον γενικά και ειδικότερα από τα τουριστικά γραφεία και τους tour operators.

2.3.H.3 | ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η παρούσα θεματική υποενότητα επικεντρώνεται στη σημασία της οικονομικής διάστασης της βιωσιμότητας στον τουριστικό τομέα. Αρχικά, ερμηνεύεται η έννοια της οικονομικής βιωσιμότητας και προσδιορίζονται οι βασικές προκλήσεις και ευκαιρίες που ανακύπτουν. Στη συνέχεια, περιγράφονται οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην τοπική και εθνική οικονομία, όπως η δημιουργία θέσεων εργασίας και η αύξηση των εσόδων. Ακολούθως, αναλύεται η σημασία της ορθής διαχείρισης των πόρων και των επενδύσεων για τη διασφάλιση της οικονομικής βιωσιμότητας στο τουριστικό οικοσύστημα. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η συμβολή της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην προώθηση του βιώσιμου τουρισμού και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τις τοπικές κοινότητες. Παράλληλα, εξηγείται πώς η οικονομική αποδοτικότητα και η ανταγωνιστικότητα μπορούν να συνδυαστούν με τις αρχές της βιωσιμότητας για την ενίσχυση του τουριστικού τομέα. Στο πλαίσιο αυτό, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εργαστούν σε ομάδες και να προτείνουν στρατηγικές που μπορούν να εφαρμοστούν για την ενίσχυση της οικονομικής βιωσιμότητας στον τουριστικό τομέα, όπως η ανάπτυξη πράσινων τουριστικών προϊόντων και η προώθηση των τοπικών αγορών. Μέσω της ανάλυσης των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης, της διαχείρισης των πόρων, της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, της οικονομικής αποδοτικότητας και των στρατηγικών πολιτικών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τα απαραίτητα εφόδια για να προωθήσουν την οικονομική βιωσιμότητα στον τουριστικό τομέα, εξασφαλίζοντας παράλληλα την περιβαλλοντική και κοινωνική ευημερία.

2.3.H.4 | ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι να αντιληφθούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τη σπουδαιότητα της κοινωνικής βιωσιμότητας και της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης. Αρχικά, αποσαφηνίζεται

η έννοια της κοινωνικής βιωσιμότητας, προσδιορίζονται τα βασικά της στοιχεία και αναλύονται οι προκλήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη σημασία της συμμετοχής των τοπικών κοινοτήτων στη λήψη αποφάσεων και στους κινδύνους που ελλοχεύουν από την άνιση κατανομή των οικονομικών οφελών του τουρισμού. Στη συνέχεια, αναλύεται ο ρόλος του τουρισμού και η σχέση του με τη διατήρηση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσδιορίζονται οι βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι φορείς διαχείρισης, καθώς και φαινόμενα όπως ο υπερτουρισμός, που μπορεί να προκαλέσει φθορές στα πολιτιστικά μνημεία και να επηρεάσει την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Ακολούθως, παρουσιάζονται παραδείγματα και επιτυχημένες πρακτικές από διάφορες περιοχές του κόσμου, όπως το Μάτσου Πίτσου (Περου), η Παλιά Πόλη του Ντουμπρόβνικ (Κροατία), αλλά και από τον ελληνικό χώρο, όπως η νήσος Χίος, που αποδεικνύουν πώς η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να επιτευχθεί μέσω της συμμετοχής των τοπικών κοινοτήτων, της εκπαίδευσης και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εργαστούν σε ομάδες και να προτείνουν στρατηγικές που μπορούν να εφαρμοστούν για την ενίσχυση της κοινωνικής βιωσιμότητας στον τουρισμό και τη διατήρηση και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων. Με την ολοκλήρωση αυτής της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν μια ολοκληρωμένη κατανόηση της κοινωνικής βιωσιμότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς στον τουρισμό και είναι σε θέση να εφαρμόζουν τις γνώσεις τους σε πραγματικές καταστάσεις, συμβάλλοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

2.3.H.5 | ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να παρέχει πρακτικές οδηγίες και παραδείγματα για την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών στον τουριστικό τομέα. Αρχικά, επισημαίνεται η σπουδαιότητα της εφαρμογής βιώσιμων τουριστικών πρακτικών για την προστασία του περιβάλλοντος, την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων και τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Στη συνέχεια, αναλύονται πρακτικές βιώσιμου τουρισμού σχετικά με τη διαχείριση πόρων και την ενεργειακή αποδοτικότητα και προτείνεται η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως η εγκατάσταση ηλιακών συλλεκτών και ανεμογεννητριών σε τουριστικές μονάδες, η εγκατάσταση συστημάτων επαναχρησιμοποίησης νερού για άρδευση και καθαριότητα, η υιοθέτηση τεχνολογιών εξοικονόμησης ενέργειας, όπως η εγκατάσταση ενεργειακά αποδοτικών φωτιστικών και συσκευών κ.ά. Ακολούθως, περιγράφονται πρακτικές μείωσης και ανακύκλωσης αποβλήτων για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των τουριστικών δραστηριοτήτων και συνιστάται η τοποθέτηση κάδων ανακύκλωσης σε τουριστικές εγκαταστάσεις και δημόσιους χώρους, η παροχή επαναχρησιμοποιήσιμων σκευών, η επαναχρησιμοποίηση ιματισμού κ.ά. από τους/τις επισκέπτες/-τριες, η διοργάνωση εκστρατειών για την ευαισθητοποίηση των τουριστών/-τριών σχετικά με τη μείωση των αποβλήτων. Περαιτέρω, παρουσιάζονται πρακτικές προώθησης

της τοπικής οικονομίας και πολιτιστικής κληρονομιάς όπως, π.χ., η στήριξη τοπικών παραγωγών και η προώθηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, η συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και χειροτέχνες, η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων που αναδεικνύουν την τοπική κουλτούρα, η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, οινοτουρισμός κ.ά.). Τέλος, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες, εργαζόμενοι/-ες σε ομάδες, να συζητήσουν, να καταγράψουν και να προτείνουν τρόπους με τους οποίους τα γραφεία τουρισμού περιπέτειας μπορούν να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν βιώσιμες πρακτικές, οι οποίες δύνανται να συμβάλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και στη βιωσιμότητα.

2.3.Η.6 | ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΒΙΩΣΙΜΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην τελευταία υποενότητα, αναλύονται οι μέθοδοι και οι στρατηγικές που προωθούν τη βιώσιμη ανάπτυξη στον τουρισμό. Αρχικά, αποσαφηνίζονται οι λόγοι που καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή αυτών των μεθόδων για τον βιώσιμο τουρισμό. Στη συνέχεια, εξετάζεται ο ρόλος τους στη διαμόρφωση βιώσιμων τουριστικών πρακτικών και διακρίνονται οι κύριες κατηγορίες πολιτικών και στρατηγικών για τη βιωσιμότητα (περιβαλλοντικές, οικονομικές, κοινωνικές, τεχνολογικές κ.ά.). Ακολουθώντας, παρουσιάζεται ο ρόλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού [World Tourism Organization (UNWTO)], εξηγείται η αποστολή και οι στόχοι του σχετικά με τη βιωσιμότητα, αναφέρονται οι βασικές πρωτοβουλίες και τα προγράμματα που προωθεί και παρατίθενται παραδείγματα επιτυχημένων στρατηγικών που εφαρμόστηκαν με την καθοδήγησή του. Έπειτα, τονίζεται η σημασία της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς για την επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Περαιτέρω, εξετάζεται ο ρόλος της UNESCO στην προστασία αυτής της κληρονομιάς, η συνεργασία της με τουριστικούς οργανισμούς και αποτυπώνονται περιπτώσεις όπου η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς οδήγησε σε βιώσιμο τουρισμό. Επιπλέον, ερμηνεύεται η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον βιώσιμο τουρισμό, παρουσιάζονται τα προγράμματα χρηματοδότησης και οι πολιτικές που εφαρμόζει και αναλύονται οι επιπτώσεις των πολιτικών αυτών στον ευρωπαϊκό τουρισμό. Έπειτα, περιγράφεται ο ρόλος των Διεθνών Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ) στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού, αναφέρονται παραδείγματα δράσεων και πρωτοβουλιών από διάφορες ΜΚΟ και επεξηγούνται οι τρόποι με τους οποίους αυτές συνεργάζονται με κυβερνήσεις και τουριστικούς οργανισμούς. Τέλος, παρουσιάζονται ορισμένα συστήματα πιστοποίησης (π.χ. το Green Key, το Travellife, το EMAS, το Ecolabel κ.ά.) που εφαρμόζονται σε ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά γραφεία, τα οποία προωθούν την επίτευξη υψηλών προτύπων βιωσιμότητας στον τομέα του τουρισμού.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
2. Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Ζαγκότση, Σ., Κυριακάκη, Α. & Βασιλείου, Μ. (2010). *Οδηγός για το περιβάλλον – τουρισμός και περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις WWF Ελλάς. Ανακτήθηκε από: https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/OdigosPerivallonkaiTourismos_2010.pdf

Συμπληρωματικές

1. Σβορώνου, Ε. (2003). *Μέθοδοι διαχείρισης του οικοτουρισμού και του τουρισμού σε προστατευόμενες περιοχές*. Αθήνα: Εκδόσεις ΥΠΕΧΩΔΕ & WWF Ελλάς. Ανακτήθηκε από: <https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/ecos.pdf>
2. Μυλωνάς, Σ. (2023). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη: θέματα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης*. Αθήνα: Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). Ανακτήθηκε από: <https://insetetoolkit.gr/wp-content/uploads/2022/04/egx-biosimi-touristiki-anaptiksi-single-pages.pdf>

2.3.Θ • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με την έννοια της επιχειρηματικότητας και τις τεχνικές οι οποίες τη διέπουν, ώστε να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις για τη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης στον τουριστικό κλάδο. Ειδικότερα, παρουσιάζεται η έννοια της επιχείρησης, καθώς και οι διαδικασίες ίδρυσης και ανάπτυξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση των νέων τεχνολογιών, στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και στην έννοια της καινοτομίας. Παρουσιάζονται ενδιαφέροντα παραδείγματα από τη σύγχρονη τουριστική πραγματικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο και αναλύονται τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που βελτιώνονται διαρκώς. Επιμέρους θέματα τα οποία παρουσιάζονται είναι η καινοτομία ως στρατηγική, η αναγκαιότητα και η σημασία των συνεργασιών στο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Περιγράψουν την έννοια της επιχειρηματικότητας,

- Αναγνωρίζουν τη σημασία των συνεργασιών στην καθημερινή λειτουργία και αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων στο σύγχρονο περιβάλλον,
- Διατυπώνουν αναλυτικά την έννοια της καινοτομίας στις τουριστικές επιχειρήσεις,
- Δίνουν παραδείγματα καινοτόμων και επιτυχημένων επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου,
- Αναπτύσσουν επιχειρηματικές ιδέες στον τουριστικό κλάδο βάσει των αρχών της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας,
- Υιοθετούν την καινοτομία ως στρατηγική για την ανταγωνιστικότητα στο επιχειρηματικό περιβάλλον του τουρισμού,
- Πειραματίζονται με καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες στον κλάδο του τουρισμού,
- Περιγράφουν τις διαδικασίες ίδρυσης και ανάπτυξης μιας μικρομεσαίας τουριστικής επιχείρησης,
- Εντοπίζουν χρηματοδοτικά εργαλεία που ενισχύουν καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες,
- Οργανώνουν τις μεθόδους ανάπτυξης επιχειρηματικών ιδεών,
- Αναλύουν τη διαδικασία σύνταξης ενός απλού επιχειρηματικού σχεδίου και απλού επιχειρηματικού μοντέλου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επιχειρηματικότητα / Τουριστική επιχείρηση / Επιχειρηματικό περιβάλλον / Επιχειρηματικό σχέδιο / Χρηματοδότηση / Κοινωνική ευθύνη / Καινοτομία / Δημόσιες πολιτικές στήριξης επιχειρηματικότητας / Συνεργατικοί σχηματισμοί (clusters) / Βιώσιμη ανάπτυξη.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ
2	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
3	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
4	ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
5	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
6	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ
7	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΙ ΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΙ
8	ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ
9	Η ΕΝΝΟΙΑ, ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ)
10	Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.3.Θ.1 | Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια της επιχειρηματικότητας και την εξέλιξή της μέσα στον χρόνο και εισάγει τις βασικές αρχές της και τις διάφορες προσεγγίσεις της. Εξετάζονται ιστορικά δεδομένα από τις απαρχές του εμπορίου, την ανάπτυξη των πρώτων πόλεων, την εφεύρεση του χρήματος και τη δημιουργία των αγορών, μέχρι τις βιομηχανικές επαναστάσεις. Επιπλέον, αναλύεται η σύγχρονη επιχειρηματικότητα και οι διαφορετικές μορφές της, όπως η κοινωνική, η πράσινη, η γυναικεία και η νεοφυής επιχειρηματικότητα. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι άμεσα συνδεδεμένες με την πρακτική εφαρμογή της επιχειρηματικότητας. Κατανοώντας τις ιστορικές και σύγχρονες πτυχές της επιχειρηματικότητας, εξοικειώνονται με καινοτόμες ιδέες και είναι σε θέση να εντοπίζουν ευκαιρίες στην τουριστική αγορά και να αναπτύσσουν στρατηγικές που θα συμβάλλουν στην επιτυχία της επιχείρησής τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των διαφορετικών προσεγγίσεων της επιχειρηματικότητας και των ιστορικών δεδομένων που συνέβαλαν στην εξέλιξή της. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στις μορφές της σύγχρονης επιχειρηματικότητας και στη σημασία της καινοτομίας και της βιωσιμότητας στη σύγχρονη αγορά. Επιπλέον, είναι σημαντικό να κατανοήσουν πώς η ιστορική ανάπτυξη των αγορών και των επιχειρήσεων επηρεάζει τις σημερινές πρακτικές. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται να μελετήσουν παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρηματιών και επιχειρήσεων από διάφορες εποχές. Επίσης, συνιστάται να συμμετάσχουν σε ομαδικές συζητήσεις που θα τους επιτρέψουν να μετατρέψουν τις θεωρητικές τους γνώσεις σε πρακτικά σενάρια.

2.3.Θ.2 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες της επιχείρησης. Αναλύονται οι διάφορες μορφές επιχειρήσεων και τα χαρακτηριστικά τους, καθώς και οι διαδικασίες ίδρυσης και οι δυνητικές πηγές χρηματοδότησης. Επίσης, παρουσιάζεται μια συνολική εικόνα του επιχειρηματικού κόσμου και των παραγόντων που επηρεάζουν την επιτυχία μιας επιχείρησης. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους. Κατανοώντας τις διάφορες μορφές επιχειρήσεων και τις διαδικασίες ίδρυσης, θα είναι σε θέση να επιλέξουν την κατάλληλη επιχειρηματική μορφή και να προετοιμαστούν για τα νομικά και οικονομικά βήματα που απαιτούνται. Οι δεξιότητες λήψης αποφάσεων και η γνώση των πηγών χρηματοδότησης θα τους βοηθήσουν να διαχειρίζονται τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες αποτελεσματικά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των διαφορετικών τύπων επιχειρήσεων και των χαρακτηριστικών τους, καθώς και στις διαδικασίες και τις απαιτήσεις για την ίδρυση μιας επιχείρησης. Είναι σημαντικό

να γνωρίζουν τις διάφορες πηγές χρηματοδότησης και τα κριτήρια επιλογής τους, καθώς αυτά θα επηρεάσουν τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Επίσης, πρέπει να δώσουν προσοχή στις δεξιότητες λήψης αποφάσεων, οι οποίες είναι κρίσιμες για την επιτυχία στον επιχειρηματικό κόσμο. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η ανάλυση περιπτώσεων και η συζήτηση πραγματικών επιχειρηματικών σεναρίων. Επίσης, η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις σχετικά με τη χρηματοδότηση και την ίδρυση επιχειρήσεων ενισχύει την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Η χρήση προσομοιώσεων και επιχειρηματικών παιχνιδιών μπορεί να ενισχύσει την κατανόηση των διαφόρων πτυχών της επιχειρηματικότητας και να αναπτύξει πρακτικές δεξιότητες.

2.3.Θ.3 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις θεμελιώδεις έννοιες της ανάπτυξης και της αναπτυξιακής διαδικασίας. Αναλύει τη σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την παραγωγική διαδικασία και την ανάπτυξη, παρουσιάζοντας τους βασικούς δείκτες ανάπτυξης και τις θεωρίες οικονομικής μεγέθυνσης. Επιπλέον, εξετάζει τη σχέση της επιχειρηματικότητας με την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι ουσιαστικές για την κατανόηση της συμβολής της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να αξιολογούν την επιχειρηματική δραστηριότητα στο πλαίσιο της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης και να αναπτύσσουν βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και στις θεωρίες οικονομικής μεγέθυνσης. Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται να δοθεί στη σχέση της επιχειρηματικότητας με την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και στη βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτά τα σημεία είναι κρίσιμα για την εφαρμογή των γνώσεων στην πράξη και την ανάπτυξη στρατηγικών που προάγουν την οικονομική ανάπτυξη σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Για την ενίσχυση της μαθησιακής εμπειρίας των εκπαιδευομένων, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές ασκήσεις, όπως η ανάπτυξη ενός σχεδίου τοπικής ανάπτυξης που περιλαμβάνει επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η ανάλυση περιπτώσεων που αφορούν επιτυχημένες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη ενισχύουν την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη. Επίσης, η χρήση προσομοιώσεων επιχειρηματικών σεναρίων ενισχύει την κατανόηση των διαφόρων πτυχών της επιχειρηματικότητας και της ανάπτυξης.

2.3.Θ.4 | ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις διάφορες πτυχές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Αναλύει την επιχειρηματική δραστηριότητα σε συνάρτηση με το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και επεξηγεί

μεθόδους ανάλυσης, όπως η SWOT [Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύναμα σημεία, ευκαιρίες, απειλές)] και η PEST [Το πολιτικό περιβάλλον (Political), το οικονομικό περιβάλλον (Economic), το κοινωνικό περιβάλλον (Social), το τεχνολογικό περιβάλλον (Technological)], που βοηθούν στην αξιολόγηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και απειλών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σημαντικές για την κατανόηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την ικανότητα να εντοπίζουν και να εκμεταλλεύονται ευκαιρίες, καθώς και να αντιμετωπίζουν απειλές. Η κατανόηση αυτών των αναλύσεων και η εφαρμογή τους στην πράξη ενισχύει την ικανότητά τους να αναπτύσσουν στρατηγικές που βελτιώνουν τη θέση της επιχείρησης στην αγορά, καθιστώντας τους αποτελεσματικούς επαγγελματίες στο πεδίο τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη σωστή εφαρμογή των μεθόδων ανάλυσης, όπως η SWOT και η PEST. Η κατανόηση και η πρακτική εφαρμογή αυτών των εργαλείων είναι ουσιώδης για την ανάπτυξη της ικανότητας να αξιολογούν το επιχειρηματικό περιβάλλον και να λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις. Ιδιαίτερη έμφαση χρειάζεται να δοθεί στη διασύνδεση μεταξύ των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ομαδικές εργασίες όπου θα εκπονήσουν αναλύσεις SWOT και PEST σε πραγματικές ή υποθετικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, η ανάλυση περιπτώσεων και η χρήση προσομοιώσεων που αφορούν την αξιολόγηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος ενισχύει την ικανότητα των εκπαιδευομένων να εφαρμόζουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πράξη και να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για τη διαμόρφωση και διαχείριση επιχειρηματικών στρατηγικών.

2.3.Θ.5 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANATZMENT

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες της οργάνωσης και διοίκησης (μάνατζμεντ) και τη σύνδεσή τους με την επιχειρηματικότητα. Επεξηγεί τη σημασία του στρατηγικού και του επιχειρησιακού μάνατζμεντ στην επιτυχία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι άμεσα συνδεδεμένες με την άσκηση της ειδικότητάς τους. Η κατανόηση των αρχών του μάνατζμεντ και η ικανότητα εφαρμογής στρατηγικών διοίκησης τους επιτρέπουν να διαχειρίζονται αποτελεσματικά επιχειρηματικές δραστηριότητες, να αναπτύσσουν στρατηγικές ανάπτυξης και να βελτιώνουν τη λειτουργική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων στις οποίες δραστηριοποιούνται. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην κατανόηση των εννοιών και των χαρακτηριστικών της οργάνωσης και διοίκησης, καθώς και στη σημασία του στρατηγικού μάνατζμεντ. Είναι σημαντικό να εξοικειωθούν με τις λειτουργίες του μάνατζμεντ και να αντιληφθούν τον τρόπο με τον οποίο αυτές συμβάλλουν στην επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων. Επιπλέον, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη σημασία της αποτελεσματικής οργάνωσης και του ρόλου του σύγχρονου

επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες και προσομοιώσεις όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να εφαρμόσουν τις αρχές του μανάτζμεντ σε πραγματικά ή υποθετικά σενάρια. Επιπλέον, η ανάλυση περιπτώσεων ενισχύει την κατανόηση των προκλήσεων και των ευκαιριών που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις, επιτρέποντάς τους να αναπτύσσουν δεξιότητες στρατηγικού σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων.

2.3.Θ.6 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στη θεωρία και τη σημασία του επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan). Παρουσιάζει τους σκοπούς και τους στόχους του επιχειρηματικού σχεδίου και αναλύει τη δομή του, καθώς και τις απαραίτητες πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνει. Οι γνώσεις που αναπτύσσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι άμεσα συνδεδεμένες με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί βασικό εργαλείο για την οργάνωση και τη διαχείριση μιας επιχείρησης. Με την κατανόηση της δομής και των στοιχείων ενός επιχειρηματικού σχεδίου, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν τις απαραίτητες δεξιότητες, οι οποίες τους επιτρέπουν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν αποτελεσματικά επιχειρηματικά πλάνα, αυξάνοντας τις πιθανότητες επιτυχίας των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στη σαφήνεια και την ακρίβεια των πληροφοριών που περιλαμβάνονται στο επιχειρηματικό σχέδιο. Επίσης, κρίνεται σκόπιμο να επικεντρωθούν στην κατανόηση των διαφορετικών τμημάτων ενός επιχειρηματικού σχεδίου και της σημασίας τους, όπως επίσης και στη διασύνδεση των στόχων του επιχειρηματικού σχεδίου με τις στρατηγικές της επιχείρησης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η ανάλυση πραγματικών επιχειρηματικών σχεδίων και η αναγνώριση των καλών πρακτικών. Επίσης, συνιστάται η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου για μια υποθετική ή πραγματική επιχείρηση, με τη χρήση των γνώσεων που αποκτήθηκαν. Επιπλέον, προτείνεται η συνεργασία σε ομάδες για την ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών και τη διαμόρφωση σχεδίων που θα μπορούσαν να υλοποιηθούν στην πράξη.

2.3.Θ.7 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟΙ ΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΙ

Η υποενότητα παρουσιάζει τη σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας, καινοτομίας και συνεργατικών σχηματισμών. Αναλύεται η σημασία της καινοτομίας ως βασικού παράγοντα για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Επίσης, εξετάζονται οι διάφορες μορφές συνεργατικών σχηματισμών, όπως οι συστάδες επιχειρήσεων (clusters), οι στρατηγικές συμμαχίες και οι κοινοπραξίες, και πώς αυτές μπορούν να ενισχύσουν τη δυναμική και την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικές για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους. Η κατανόηση της καινοτομίας τους επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες δημιουργίας νέων ιδεών και προϊόντων

που βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεών τους. Επιπλέον, η γνώση των συνεργατικών σχηματισμών ενισχύει την ικανότητά τους να δημιουργούν και να διαχειρίζονται αποτελεσματικές συνεργασίες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και της θέσης τους στην αγορά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην κατανόηση των διαφορετικών τύπων καινοτομίας (προϊόντος, διαδικασίας, οργανωτικής και μάρκετινγκ) και πώς αυτές μπορούν να εφαρμοστούν στην πράξη. Είναι επίσης σημαντικό να δοθεί έμφαση στην αναγνώριση των πλεονεκτημάτων και των προκλήσεων των συνεργατικών σχηματισμών, καθώς και στους τρόπους διαχείρισης και συντονισμού τέτοιων συνεργασιών για τη μεγιστοποίηση των ωφελειών. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναλύσουν παραδείγματα επιτυχημένων καινοτόμων επιχειρήσεων και συνεργατικών σχηματισμών. Επίσης, συνιστάται να συμμετάσχουν σε προσομοιώσεις καινοτομικών διαδικασιών και να ασκηθούν στη δημιουργία στρατηγικών συμμαχιών και κοινοπραξιών. Η πρακτική εξάσκηση σε συνδυασμό με τη θεωρητική γνώση διευκολύνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για την εφαρμογή καινοτομίας και τη διαχείριση συνεργατικών σχηματισμών.

2.3.Θ.8 | ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

Η υποενότητα εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις δημόσιες πολιτικές που στηρίζουν την επιχειρηματική δράση. Εξετάζει πώς η εθνική οικονομική πολιτική και οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) ενισχύουν την επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα, αναλύει την Ευρωπαϊκή Περιφερειακή Πολιτική και τα Ταμεία Περιφερειακής Ανάπτυξης, τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης και τα προγράμματα ΕΣΠΑ, καθώς και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία». Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων, ώστε να αναγνωρίζουν και να αξιοποιούν τις διαθέσιμες πηγές χρηματοδότησης και στήριξης για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, οι οποίες κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικές για την εκπόνηση βιώσιμων επιχειρηματικών σχεδίων και την επιτυχή διαχείριση επιχειρηματικών έργων. Οι δεξιότητες αυτές θεωρούνται θεμελιώδεις για κάθε επαγγελματία στον χώρο της επιχειρηματικότητας, καθώς ενισχύουν την ικανότητα λήψης στρατηγικών αποφάσεων και την πρόσβαση σε οικονομικούς πόρους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιαστούν στην κατανόηση των διαφόρων προγραμμάτων και των ταμείων που παρουσιάζονται, όπως το ΕΣΠΑ. Είναι σημαντικό να κατανοήσουν τις προϋποθέσεις και τις διαδικασίες που απαιτούνται για την ένταξη σε αυτά τα προγράμματα, καθώς και τις δυνατότητες που προσφέρουν για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναλύσουν πραγματικά παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων που έχουν αξιοποιήσει τις δημόσιες πολιτικές στήριξης. Επιπλέον, μπο-

ρούν να ασκηθούν στη συγγραφή αιτήσεων για χρηματοδότηση και να παρακολουθήσουν εξειδικευμένες παρουσιάσεις που εξηγούν τις διαδικασίες και τα κριτήρια των προγραμμάτων στήριξης.

2.3.Θ.9 | Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ)

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια, τις διαστάσεις και την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τη σημασία της ΕΚΕ στις σύγχρονες επιχειρήσεις, τις διαφορετικές διαστάσεις της (οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική, εθελοντική) και τον τρόπο με τον οποίο αυτές επηρεάζουν την εταιρική στρατηγική και τη φήμη της επιχείρησης. Επίσης, εξετάζονται η ιστορική εξέλιξη της ΕΚΕ και οι σύγχρονες πρακτικές εφαρμογής της σε διάφορα επιχειρηματικά πλαίσια. Οι γνώσεις που λαμβάνουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι καίριας σημασίας για την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς η κατανόηση της ΕΚΕ τους επιτρέπει να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να εφαρμόζουν υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές που ενισχύουν την εταιρική φήμη, την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και την κοινωνική αποδοχή. Επιπλέον, είναι σε θέση να αναπτύσσουν στρατηγικές που συνδυάζουν κερδοφορία με κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα, γεγονός που αυξάνει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησής τους. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στις διαφορετικές διαστάσεις της ΕΚΕ και στον τρόπο με τον οποίο αυτές εφαρμόζονται σε πραγματικά επιχειρηματικά παραδείγματα. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη στρατηγική ΕΚΕ και τα οφέλη που προσφέρει στις επιχειρήσεις, καθώς και στους τρόπους μέτρησης και αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η ανάλυση μελετών περιπτώσεων εταιρειών που εφαρμόζουν επιτυχημένες στρατηγικές ΕΚΕ. Η ερμηνεία αυτών των περιπτώσεων ενισχύει την κατανόηση των πρακτικών εφαρμογών και των αποτελεσμάτων τους. Επιπλέον, συνιστάται η δημιουργία και παρουσίαση ενός επιχειρηματικού σχεδίου που ενσωματώνει τις αρχές της ΕΚΕ, με στόχο να αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες στον σχεδιασμό και την εφαρμογή υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών.

2.3.Θ.10 | Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές της μικρομεσαίας τουριστικής επιχειρηματικότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που συναντούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα και τους τύπους επιχειρηματικότητας. Επίσης, εξετάζονται τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος και οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να ενισχυθεί η ανάπτυξη και η ανταγωνιστικότητά του. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα θεωρούνται κρίσιμες για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να διαχειρίζονται αποτελεσματικά μι-

κρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος και να αξιοποιούν τις ευκαιρίες για καινοτομία και ανάπτυξη. Αυτές οι δεξιότητες ενισχύουν την ικανότητά τους να συμβάλλουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των τύπων επιχειρηματικότητας στον τουριστικό τομέα και των ιδιαίτερων προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στην ανάλυση του επιχειρηματικού οικοσυστήματος και των στρατηγικών που μπορούν να εφαρμοστούν για τη βελτίωση της διοίκησης και της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μελετήσουν πραγματικές περιπτώσεις μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων αναλύοντας τις στρατηγικές διοίκησης και οργάνωσης που εφαρμόζουν. Επίσης, συνιστάται να συμμετάσχουν σε προσομοιώσεις ανάπτυξης τουριστικής επιχειρηματικότητας, όπου θα έχουν την ευκαιρία να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους σε ρεαλιστικά σενάρια και να αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν στην επαγγελματική τους πορεία.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Αστάρα, Ο. (2023). *Επιχειρηματικότητα: εταιρική κοινωνική ευθύνη και ανάπτυξη*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-326>
2. Κορρές, Γ. (2015). *Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-919>

Συμπληρωματικές

1. Κατσίκης, Ι. (2013). *Καινοτομία και συνεργατικοί σχηματισμοί σε μικρές επιχειρήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ. Ανακτήθηκε από: <https://imegseevee.gr/wp-content/uploads/2018/02/kainotomia.pdf>
2. Σταυρινούδης, Θ. & Κακαρούγκας, Χ. (2022). *Διοικώντας τις τουριστικές επιχειρήσεις: ένας επιστημονικός οδηγός για το πώς και το γιατί του τουριστικού επιχειρείν*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν γνώσεις και δεξιότητες σχετικές με τον τομέα του τουρισμού, όπως ομαδικότητα, συνέπεια, τυπικότητα, ταυτόχρονη διεκπεραίωση διαφορετικών εργασιών, κοινωνικότητα, δραστηριότητα σε διεθνές περιβάλλον και ευγένεια. Περιλαμβάνεται πρακτική επαφή με τουριστικά γραφεία μέσα από επισκέψεις σε σχετικούς επαγγελματικούς χώρους και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Πραγματοποιούνται εργαστηριακές ασκήσεις στον χώρο εκπαίδευσης διαθεματικού περιεχομένου, σχετικού με τις μαθησιακές ενότητες του τρίτου (3ου) εξαμήνου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με την οργάνωση και λειτουργία του Τμήματος Έκδοσης Εισιτηρίων και με το λογιστήριο, με καθημερινές πρακτικές βιωσιμότητας σε τουριστικές επιχειρήσεις, με διαδικασίες και στρατηγικές που προωθούν την επιχειρηματικότητα στον τουριστικό κλάδο, με τη χάραξη στρατηγικής μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις, καθώς και με την ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών/-ισών.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ερμηνεύουν την αναγκαιότητα χάραξης στρατηγικής μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις,
- Κάνουν χρήση εννοιών, όπως ο ισολογισμός, η απογραφή και οι λογιστικές καταστάσεις,
- Εντοπίζουν πρακτικές βιωσιμότητας και αειφορίας στη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου,
- Επιδεικνύουν την απαραίτητη αφοσίωση στις βασικές αρχές της ποιοτικής εξυπηρέτησης πελατών/-ισών.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Τυπικότητα / Διεθνές περιβάλλον / Επαγγελματικοί χώροι / Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων / Λογιστήριο / Βιωσιμότητα / Επιχειρηματικότητα / Στρατηγική μάρκετινγκ / Ποιοτική εξυπηρέτηση / Λογιστικές καταστάσεις.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
2	ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΞΑΣΚΗΣΗ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ
3	ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
4	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
5	ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
6	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.3.1.1 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην πρώτη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τη σημασία της ομαδικότητας, της συνέπειας, της τυπικότητας και της κοινωνικότητας στον τουριστικό τομέα, με στόχο την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της συνοχής της ομάδας. Διδάσκονται πώς να ενσωματώνουν αυτές τις αξίες στην καθημερινή τους εργασία, κάτι που συμβάλλει στην ομαλή λειτουργία του τουριστικού γραφείου και στη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους εξέλιξη, καθώς η ικανότητα συνεργασίας με συναδέλφους και πελάτες, η ευγένεια, ο επαγγελματισμός και η αποτελεσματική διαχείριση πολλών καθηκόντων είναι απαραίτητες για την επιτυχία στον τομέα του τουρισμού. Σημεία που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή περιλαμβάνουν την ανάπτυξη της ενσυναίσθησης, της υπομονής και της επικοινωνιακής ικανότητας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να κατανοήσουν πώς να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τις διαπροσωπικές σχέσεις, να διατηρούν υψηλά πρότυπα επαγγελματικής συμπεριφοράς και να προσαρμόζονται στις ανάγκες των πελατών. Για την ενίσχυση της κατανόησης και της εξάσκησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες, όπως η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) που αναδεικνύουν επιτυχημένες εφαρμογές αυτών των δεξιοτήτων στον πραγματικό κόσμο. Επιπλέον, η συμμετοχή σε παιχνίδια ρόλων (role-playing) προσφέρει μια πρακτική προσέγγιση για την ανάπτυξη και βελτίωση των κοινωνικών δεξιοτήτων μέσω προσομοιώσεων πραγματικών καταστάσεων, ενισχύοντας την εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων στην πράξη.

2.3.1.2 | ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΞΑΣΚΗΣΗ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να συνδυάζουν τη θεωρητική γνώση με την πρακτική εμπειρία. Μέσα από επισκέψεις σε επαγγελματικούς χώρους και τουριστικά αξιοθέατα, αποκτούν άμεση επαφή με το εργασιακό περιβάλλον του τουριστικού κλάδου. Ανακαλούν τις λειτουργίες και τις διαδικασίες που

εφαρμόζονται σε τουριστικά γραφεία, όπως η διαχείριση κρατήσεων, η εξυπηρέτηση πελατών και η οργάνωση ταξιδιωτικών πακέτων. Αυτές οι γνώσεις και δεξιότητες είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, καθώς τους επιτρέπουν να κατανοήσουν καλύτερα τις απαιτήσεις και τις προκλήσεις της καθημερινής εργασίας στον τουριστικό τομέα. Ενισχύουν την ικανότητά τους να εφαρμόζουν θεωρητικές έννοιες σε πραγματικά σενάρια και να αναπτύσσουν πρακτικές δεξιότητες, όπως η διαχείριση πελατών, η επίλυση προβλημάτων και η αποτελεσματική επικοινωνία. Σημεία που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής είναι η προσαρμογή στις διαφορετικές συνθήκες και απαιτήσεις κάθε τουριστικού γραφείου ή σημείου ενδιαφέροντος, η κατανόηση της σημασίας της επαγγελματικής συμπεριφοράς και της δεοντολογίας, καθώς και η ευαισθησία προς τις ανάγκες των πελατών. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να συμμετέχουν σε περιπτωσιολογικές μελέτες, να πραγματοποιούν προσομοιώσεις εργασιακών συνθηκών και να καταγράφουν τις εμπειρίες και τα μαθήματα που αποκομίζουν κατά τη διάρκεια των επισκέψεων. Η συνεργασία με επαγγελματίες του κλάδου και η ανάλυση πραγματικών περιστατικών μπορούν επίσης να ενισχύσουν την πρακτική τους κατάρτιση και να τους προετοιμάσουν καλύτερα για την επαγγελματική τους πορεία.

2.3.1.3 | ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στην υποενότητα που ακολουθεί, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εφαρμόζουν θεωρητικές γνώσεις σε πρακτικά σενάρια που σχετίζονται με τον τουρισμό. Αυτή η μαθησιακή υποενότητα τους δίνει τη δυνατότητα να συνδυάζουν δεξιότητες από διάφορες θεματικές ενότητες, όπως η διαχείριση τουριστικών πακέτων, η χρήση τουριστικής ορολογίας και η εξυπηρέτηση πελατών, σε ένα πραγματικό ή προσομοιωμένο περιβάλλον. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνδέονται άμεσα με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς τους επιτρέπουν να αναπτύξουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στη διαχείριση τουριστικών δραστηριοτήτων. Μέσω των διαθεματικών ασκήσεων, μαθαίνουν να συνεργάζονται αποτελεσματικά σε ομάδες, να επιδεικνύουν ευελιξία στην αντιμετώπιση προκλήσεων και να ενισχύουν την κριτική τους σκέψη. Σημεία προσοχής στα οποία πρέπει να εστιαστούν περιλαμβάνουν την ακρίβεια στην εφαρμογή θεωρητικών γνώσεων, τη συνέπεια και την προσοχή στη λεπτομέρεια κατά την εκτέλεση των ασκήσεων, καθώς και τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας και συνεργασίας με τους συναδέλφους τους. Προτεινόμενες πρακτικές μελέτες περιλαμβάνουν τη συμμετοχή σε ομαδικές δραστηριότητες που απαιτούν συνεργασία και συντονισμό, την ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων από τον τουριστικό τομέα και τη δημιουργία προσομοιώσεων που αντικατοπτρίζουν τις καθημερινές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα τουριστικά γραφεία. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενισχύουν τις πρακτικές τους δεξιότητες και προετοιμάζονται για την επιτυχημένη άσκηση της ειδικότητάς τους.

2.3.1.4 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Στην υποενότητα αυτή, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές και διαδικασίες που διέπουν τη λειτουργία αυτών των δύο κρίσιμων τμημάτων σε μια τουριστική επιχείρηση. Συγκεκριμένα, εξοικειώνονται με τις διαδικασίες έκδοσης εισιτηρίων, τη διαχείριση κρατήσεων και τις τεχνικές τιμολόγησης. Παράλληλα, ανακαλούν τις βασικές λογιστικές αρχές, όπως ο ισολογισμός, η απογραφή και οι λογιστικές καταστάσεις, που είναι απαραίτητες για την οικονομική διαχείριση τουριστικών γραφείων. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την καθημερινή λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Η κατανόηση των διαδικασιών έκδοσης εισιτηρίων και των λογιστικών πρακτικών ενισχύει την ικανότητά τους να εξυπηρετούν αποτελεσματικά τους πελάτες και να διαχειρίζονται τις οικονομικές υποχρεώσεις της επιχείρησης. Αυτές οι δεξιότητες είναι κρίσιμες για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους και για την ανάπτυξη μιας οργανωμένης και αποδοτικής τουριστικής επιχείρησης. Σημεία που χρήζουν προσοχής σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα είναι η ακρίβεια στην έκδοση εισιτηρίων, η κατανόηση των διαφόρων τιμολογιακών πολιτικών και η εφαρμογή λογιστικών πρακτικών σύμφωνα με τα πρότυπα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιάσουν στη λεπτομερή καταγραφή και ανάλυση των δεδομένων, για να αποφεύγονται λάθη και να διασφαλίζεται η οικονομική διαφάνεια. Πρακτικές μελέτες και εξάσκησης που μπορούν να βοηθήσουν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες περιλαμβάνουν τη δημιουργία εικονικών σεναρίων έκδοσης εισιτηρίων και την τήρηση λογιστικών βιβλίων. Η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων και η συμμετοχή σε σεμινάρια σχετικά με τη λογιστική και τη διαχείριση κρατήσεων μπορούν επίσης να ενισχύσουν τις δεξιότητές τους.

2.3.1.5 | ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις αρχές και τις πρακτικές που προάγουν την περιβαλλοντική και οικονομική βιωσιμότητα στον τουριστικό τομέα. Εστιάζουν στη σημασία της αειφορίας και πώς μπορούν να εφαρμόσουν πρακτικές που μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των τουριστικών επιχειρήσεων, όπως η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η διαχείριση απορριμμάτων και η προώθηση του υπεύθυνου τουρισμού. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι ζωτικής σημασίας για την επαγγελματική τους ανάπτυξη. Η κατανόηση και εφαρμογή πρακτικών βιωσιμότητας ενισχύουν τη φήμη της επιχείρησης, προσελκύουν περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους πελάτες και μειώνουν τα λειτουργικά κόστη. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να εντοπίζουν ευκαιρίες για βελτίωση και να εφαρμόζουν στρατηγικές που προάγουν την αειφορία. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση των τοπικών και διεθνών κανονισμών για τη βιωσιμότητα, η αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσε-

ων των δραστηριοτήτων και η συνεχής παρακολούθηση και βελτίωση των πρακτικών αιμοφορίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιαστούν στη διαχείριση πόρων και στη συνεργασία με τοπικές κοινότητες για την προώθηση του υπεύθυνου τουρισμού. Προτεινόμενες πρακτικές μελέτης περιλαμβάνουν την ανάλυση επιτυχημένων παραδειγμάτων βιώσιμων τουριστικών επιχειρήσεων, τη διεξαγωγή περιπτωσιολογικών μελετών και τη συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια που επικεντρώνονται στη βιωσιμότητα. Η εφαρμογή αυτών των γνώσεων σε πραγματικά σενάρια βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αναπτύξουν πρακτικές δεξιότητες και να γίνουν πιο αποτελεσματικοί στον τομέα τους.

2.3.1.6 | ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Στην παρούσα υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμβαθύνουν στις βασικές αρχές της στρατηγικής μάρκετινγκ και στη σημασία τους για τον τουριστικό τομέα. Ειδικότερα, εστιάζονται στη δημιουργία και υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ που έχουν ως στόχο την αποτελεσματική προσέλκυση νέων πελατών και τη διατήρηση των υφιστάμενων πελατών, ενισχύοντας έτσι τη συνολική ανάπτυξη της τουριστικής επιχείρησης. Αναλύουν σε βάθος την αγορά και τον ανταγωνισμό, κατανοώντας πώς οι στρατηγικές μάρκετινγκ επηρεάζουν την επιτυχία και την ανταγωνιστικότητα στον τομέα του τουρισμού. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν είναι κρίσιμες για την επαγγελματική τους εξέλιξη, καθώς τους επιτρέπουν να προωθούν αποτελεσματικά τις τουριστικές υπηρεσίες και να βελτιώνουν την εμπειρία των πελατών. Μαθαίνουν πώς να εφαρμόζουν πρακτικές που αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών και ενισχύουν την αφοσίωση και την επανάληψη των αγορών, στοιχεία που είναι καίρια για τη μακροχρόνια επιτυχία. Σημεία που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής περιλαμβάνουν την ακρίβεια και τη συνέπεια στη χρήση των στρατηγικών μάρκετινγκ, την προσαρμογή των υπηρεσιών στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών και τη συνεχή αξιολόγηση της ποιότητας εξυπηρέτησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να αναπτύξουν ισχυρές δεξιότητες επικοινωνίας και να κατανοούν σε βάθος τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες, όπως η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων στρατηγικών μάρκετινγκ, η συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια για την εξυπηρέτηση πελατών, καθώς και η ανάπτυξη εικονικών σχεδίων μάρκετινγκ που εφαρμόζονται σε πραγματικά σενάρια. Επιπλέον, η προσομοίωση σεναρίων εξυπηρέτησης πελατών προσφέρει πολύτιμη πρακτική εμπειρία, βοηθώντας τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να εφαρμόσουν θεωρητικές γνώσεις σε ρεαλιστικά περιβάλλοντα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: από τη θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
2. Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2020). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
3. Λαλούμης, Δ. (2021). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Συμπληρωματικές

1. Gee, C. Y., Makens, J. C. & Choy, D. J. L. (2004). *Τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
2. Γασπαρινάτος, Σ. & Μαζαράκη-Αλεξιάδη, Ε. (2003). *Οργάνωση τουριστικών πακέτων*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

2.4 • ΕΞΑΜΗΝΟ Δ΄

2.4.A • ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με την εφαρμογή της αγγλικής ορολογίας, η οποία χρησιμοποιείται σε επίπεδο επικοινωνίας στην εξυπηρέτηση πελατών/-ισών των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και άλλων μορφών επιχειρήσεων που συμβάλλουν στην τουριστική εμπειρία των επισκεπτών μιας ξένης χώρας. Μέσα από την εφαρμογή της αγγλικής γλώσσας αποκτούν τις βασικές γνώσεις και δεξιότητες που πλαισιώνουν την επικοινωνία κατά την ποιοτική εξυπηρέτηση των τουριστών/-τριών και την ικανοποίηση των αναγκών τους. Οι καταρτιζόμενοι/-ες ασχολούνται με την αγγλική τουριστική ορολογία, την οποία πρόκειται να χρησιμοποιήσουν σε όλες τις δραστηριότητες που αφορούν την οργάνωση μιας ομαδικής επίσκεψης σε τουριστικά αξιοθέατα, την εξυπηρέτηση κατά τη μεταφορά, τη διασκέδαση, καθώς και σε οποιαδήποτε άλλη μορφή συμπληρωματικής υπηρεσίας, η οποία μπορεί να συμβάλει στη συνολική τουριστική εμπειρία των επισκεπτών/-τριών σε μια ξένη χώρα.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Συντάσσουν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) στα αγγλικά που αφορούν κρατήσεις εισιτηρίων,
- Διαχειρίζονται στα αγγλικά την εξυπηρέτηση των τουριστών/-τριών, οι οποίοι/-ες ενδιαφέρονται να πάρουν πληροφορίες για ένα υφιστάμενο τουριστικό πακέτο,
- Προτείνουν λύσεις ή ιδέες στα αγγλικά για την επίλυση ενός προβλήματος που μπορεί να προκύψει κατά τη διαμονή των τουριστών, σε μια χώρα του εξωτερικού,
- Υιοθετούν την αγγλική τουριστική ορολογία στην εξυπηρέτηση πελατών/-ισών κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Απορρίπτουν κάθε μορφή διακρίσεων κατά την άσκηση των καθηκόντων τους, αποδεχόμενοι/-ες τη διαφορετικότητα και την πολυπολιτισμικότητα ως συστατικά στοιχεία του τουρισμού,
- Ελέγχουν επαγγελματικά έγγραφα και συμφωνίες στα αγγλικά,
- Επικοινωνούν στα αγγλικά με συναδέλφους, πελάτες/-ισσες και εργαζόμενους/-ες άλλων επιχειρήσεων,
- Επικοινωνούν στα αγγλικά, μέσω των ψηφιακών μέσων, παρέχοντας αποδοτική εξυπηρέτηση πελατών/-ισών σε ποικίλα τουριστικά περιβάλλοντα, και αντιμετωπίζουν απαιτητικές καταστάσεις εξυπηρέτησης πελατών/-ισών (π.χ. Αντιμετώπιση παραπόνων) κάνοντας χρήση της αγγλικής γλώσσας.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Customer service through digital media / Dealing with complaints / Emails for ticket reservations / Embracing diversity in tourism / Managing inquiries / Multiculturalism in tourism / Proposing solutions / Rejecting discrimination in tourism / Reviewing professional documents / Tourism terminology in customer service.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
2	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ EMAIL
3	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
4	ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ
5	ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
6	ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.A.1 | ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΑ ΑΓΓΛΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης υποενότητας, μελετώνται πρακτικά παραδείγματα γραπτής εφαρμογής της αγγλικής τουριστικής ορολογίας, με στόχο τη βελτίωση της κατανόησης και της χρήσης της, και την καλλιέργεια δεξιοτήτων ελέγχου επαγγελματικών εγγράφων και συμφωνιών στα αγγλικά. Αρχικά, εμπλουτίζεται το λεξιλόγιο και η γραμματική της αγγλικής γλώσσας με τουριστική (tourist) και ταξιδιωτική (travel) ορολογία και αναφέρονται βασικοί όροι στην επικοινωνία και εξυπηρέτηση των επισκεπτών/-τριών στις τουριστικές υπηρεσίες, όπως “reservation”, “itinerary” και “complaint resolution”, και πώς αυτοί χρησιμοποιούνται στη γραπτή επικοινωνία, σε email, συμφωνητικά, έγγραφα ταξιδιωτικής ασφάλισης και γραπτές αναφορές. Δίνονται παραδείγματα γραπτής επικοινωνίας με άλλα τουριστικά γραφεία και δημόσιες υπηρεσίες, εξυπηρέτησης πελατών/-ισσών, όπως η παροχή γραπτών οδηγιών αναφορικά με ένα προγραμματισμένο ταξίδι και η αντιμετώπιση παραπόνων σχετικά με παρεχόμενες υπηρεσίες. Καλλιεργούνται δεξιότητες σύνταξης τουριστικών εντύπων και τουριστικών οδηγιών και διεκπεραίωσης αλληλογραφίας (correspondence) τουριστικών επιχειρήσεων. Γίνεται ιδιαίτερη εστίαση στη σύνταξη επαγγελματικών αναφορών και επιχειρηματικών εγγράφων στην αγγλική γλώσσα και παρουσίασης αποτελεσμάτων και αναλύσεων με έμφαση στη σαφήνεια και στην ακρίβεια. Οι εκ-

παιδευόμενοι/-ες επικεντρώνονται στη διαμόρφωση επιχειρηματικών σχεδίων και εξασκούνται στην παρουσίαση των ευρημάτων και των προτάσεών τους με πειστικό τρόπο. Ως εκπαιδευτική δραστηριότητα, προτείνεται η σύνταξη συμφωνητικών, γραπτών αναφορών προς τον/τη διευθυντή/-τρια τουριστικού γραφείου και προτάσεων και εισηγήσεων αναφορικά με επαγγελματικές συμφωνίες.

2.4.A.2 | ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΝΤΑΞΗΣ EMAIL

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα εστιάζεται στη σύνταξη email, στην αγγλική γλώσσα, αναφορικά με κρατήσεις εισιτηρίων μέσω μεταφοράς, με σαφήνεια, επαγγελματισμό και ακρίβεια. Παρουσιάζονται οι απαραίτητες λεπτομέρειες της κράτησης που πρέπει να περιλαμβάνει ένα σχετικό email, όπως το ονοματεπώνυμο του/της επιβάτη/-ιδας (first and last name), την ημερομηνία και την ώρα του ταξιδιού (date and time), τις τοποθεσίες αναχώρησης και προορισμού (departure and arrival/destination), τον αριθμό του εισιτηρίου/της κράτησης και τις ενδεχόμενες ειδικές οδηγίες. Επιπλέον, γίνεται εστίαση σε στοιχεία όπως οι πληροφορίες σχετικά με τη μέθοδο πληρωμής (method of payment), το συνολικό κόστος (total cost) και οι οδηγίες για το check-in και τις αποσκευές. Η χρήση επαγγελματικής και ευγενικής γλώσσας είναι απαραίτητη, όπως επίσης και η ικανότητα κατανόησης και προθυμίας για βοήθεια, σε περίπτωση που ο/η πελάτης/-ισσα έχει ερωτήσεις ή χρειάζεται αλλαγές στην κράτηση. Εκπαιδευτικά σενάρια και πρακτικές ασκήσεις στην αγγλική γλώσσα είναι οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξασκήσουν τις δεξιότητές τους και να βελτιώσουν την ικανότητά τους να εξυπηρετούν τους/τις πελάτες/-ισσες αποτελεσματικά. Η καλή γνώση της αγγλικής ορολογίας και των κατάλληλων φράσεων διασφαλίζει μια επαγγελματική και σαφή επικοινωνία, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των πελατών/-ισσών και την αξιοπιστία της επιχείρησης.

2.4.A.3 | ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ/-ΤΡΙΩΝ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, συνδυάζονται η αγγλική γλώσσα και οι απαραίτητες δεξιότητες για την αποτελεσματική εξυπηρέτηση επισκεπτών/-τριών στον τουριστικό τομέα, στην αγγλική γλώσσα, με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών/-ισσών. Αρχικά, γίνεται εισαγωγή στην εξυπηρέτηση πελατών, καλύπτοντας τον ορισμό, τη σημασία, τις βασικές αρχές και τις ηθικές κατευθυντήριες γραμμές. Αναφέρονται τα εμπόδια που δυσχεραίνουν την επικοινωνία στα αγγλικά (communication barriers), και εστιάζεται σε δεξιότητες επικοινωνίας, τόσο λεκτικές όσο και μη λεκτικές, στην ενεργητική ακρόαση (active listening) και στις μεθόδους ανατροφοδότησης, καθώς και σε τεχνικές παρουσίασης πληροφοριών και καθοδήγησης πελατών, στα αγγλικά. Η υποενότητα καλύπτει επίσης τη διαπολιτισμική επικοινωνία, υπογραμμίζοντας τη σημασία της κατανόησης των πολιτισμικών διαφορών και της ανάλογης

προσαρμογής της επικοινωνίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στο πώς να θέτουν ερωτήσεις χωρίς να φέρνουν τον συνομιλητή τους (interlocutor) σε δύσκολη θέση και πώς να καθοδηγούν μια συνομιλία. Αναπτύσσουν δεξιότητες κατανόησης (understanding), συμφωνίας (agreement), διατύπωσης αντιρρήσεων (objections), συνεργασίας (cooperation), συμβιβασμού (settlement) και επίλυσης συγκρούσεων (conflict resolution). Ανακαλύπτουν τρόπους συνεργασίας (ways of cooperation) με στόχο να βοηθήσουν άλλους/-ες να βελτιωθούν και μιλούν με ενθαρρυντικό τόνο σε τρίτους. Προτείνονται εργαστήρια και προσομοιώσεις ρεαλιστικών σεναρίων εξυπηρέτησης πελατών/-ισών με στόχο την ανάπτυξη συνεργατικών δεξιοτήτων και την εφαρμογή των διδαχθέντων στην πράξη.

2.4.A.4 | ΠΑΡΟΧΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

Η παρούσα υποενότητα πραγματεύεται την παροχή πληροφοριών σχετικά με ένα υφιστάμενο τουριστικό πακέτο (travel package), στην αγγλική γλώσσα. Εστιάζεται στην καλλιέργεια δεξιοτήτων εξυπηρέτησης πελατών/-ισών στα αγγλικά, με ευγένεια και χρήση του σωστού γλωσσικού ύφους. Παρουσιάζονται διεθνείς πρακτικές για τη δημιουργία ταξιδιωτικών προτάσεων μέσω της κατάρτισης λεπτομερών πλάνων που συνδυάζουν τη διαθέσιμη τεχνολογία και βασικά στοιχεία ενός τουριστικού πακέτου. Γίνεται αναφορά σε χρήσιμες φράσεις όπως: “This package includes accommodation, meals, and guided tours”, “You will stay at a four-star hotel with breakfast included” και “The tour covers major attractions such as museums, historical sites, and local markets”, οι οποίες παρέχουν σαφή εικόνα για το τι περιλαμβάνει κάθε πακέτο. Στη συνέχεια, αναλύεται επιπλέον ορολογία που περιλαμβάνει φράσεις όπως: “Would you like to make a reservation now?” και “We require a deposit to secure your booking”. Τονίζεται η σημασία του να ολοκληρώνεται κάθε συζήτηση με ευχαριστίες και χαιρετισμό, με φράσεις όπως: “Thank you for choosing our services. Have a wonderful trip!” και “If you have any further questions, feel free to contact us anytime”. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες δημιουργούν, στην αγγλική γλώσσα, φυλλάδια (pamphlets) που αποτελούνται από εξώφυλλο (cover image), σύντομη εισαγωγή (brief introduction) και εικόνες επιλεγμένων ξενοδοχείων (selected hotels), συνοδευόμενα από σύντομα κείμενα που εξηγούν τις λεπτομέρειες και τους ειδικούς όρους των προτεινόμενων τουριστικών πακέτων.

2.4.A.5 | ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η μαθησιακή υποενότητα πραγματεύεται τους τρόπους με τους οποίους ο πολιτισμός (culture) επιδρά και καθορίζει την ανθρώπινη επικοινωνία (human communication). Ο πολιτισμός αποτελεί δομικό στοιχείο της ταυτότητας των ανθρώπων (identity) και προσδιορίζει, σε σημαντικό βαθμό, τις διαπροσωπικές σχέσεις (interpersonal relations). Με την προώθηση της συμπερίληψης (inclusion), οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι καλύτερα εξοπλισμένοι/-ες, ώστε να παρέχουν ένα φιλόξενο και σεβαστό περιβάλλον

για όλους τους πελάτες/-ισσες, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, κοινωνικού υπόβαθρου και άλλων προσωπικών χαρακτηριστικών. Η υποενότητα στοχεύει στο να εξοπλίσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες με τις απαραίτητες γλωσσικές και πολιτιστικές ικανότητες, ώστε να διαπρέψουν στους ρόλους τους στην τουριστική βιομηχανία, προωθώντας παράλληλα τις αξίες της ενσωμάτωσης και της διαφορετικότητας. Αναφέρεται η ύπαρξη μιας σειράς στερεοτύπων (stereotypes) και προκαταλήψεων (prejudices) αναφορικά με την έννοια του «ξένου», και χρησιμοποιείται η αγγλική ορολογία ώστε να αποφεύγονται οι διακρίσεις (discrimination), η περιθωριοποίηση (marginalization) και η αποξένωση (alienation) εθνοτικών και πολιτισμικών ομάδων, καθώς και ατόμων με διαφορετική θρησκεία (religion) ή ταυτότητα φύλου (gender identity). Αυτή η δεξιότητα είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνία και την αποφυγή παρεξηγήσεων. Αναλύονται έννοιες όπως η πολυπολιτισμικότητα (multiculturalism), η διαπολιτισμικότητα (interculturalism), η αφομοίωση (assimilation) και η ένταξη (integration). Ως εκπαιδευτικά εργαλεία, προτείνεται να αξιοποιηθούν εργαστήρια, σεμινάρια και διαδικτυακοί πόροι που εστιάζονται σε θέματα όπως η πολιτισμική ευαισθησία, η ασυνείδητη προκατάληψη και η γλώσσα χωρίς αποκλεισμούς, ώστε να βοηθηθούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες στην αντιμετώπιση ζητημάτων διαφορετικότητας και ένταξης.

2.4.A.6 | ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Η διαχείριση παραπόνων και η επίλυση προβλημάτων (conflict resolution and problem solving) είναι ζωτικής σημασίας στον τουριστικό τομέα, καθώς η ποιότητα της εξυπηρέτησης επηρεάζει άμεσα την εμπειρία των επισκεπτών/-τριών και τη φήμη της επιχείρησης. Αρχικά, γίνεται αναφορά στις στρατηγικές διαχείρισης παραπόνων, οι οποίες περιλαμβάνουν την άμεση αναγνώριση και κατανόηση του προβλήματος, την ενεργητική ακρόαση των πελατών/-ισσών και την έκφραση κατανόησης και ενσυναίσθησης. Αναλύονται στρατηγικές διατήρησης ψυχραιμίας, επαγγελματικής συμπεριφοράς και επίδειξης ειλικρινούς ενδιαφέροντος για την επίλυση του προβλήματος, μέσω της χρήσης φράσεων της αγγλικής γλώσσας, όπως: “I’m sorry to hear that” και “Let’s see how we can resolve this”, οι οποίες βοηθούν στη διαχείριση κάθε κατάστασης. Εστιάζεται στη χρήση της αγγλικής για τη συγκέντρωση όλων των απαραίτητων πληροφοριών για το ζήτημα, την αξιολόγηση των διαθέσιμων επιλογών και την επιλογή της καλύτερης δυνατής λύσης. Παρουσιάζονται εναλλακτικοί τρόποι, ώστε να εμπλέκονται οι πελάτες/-ισσες στη διαδικασία επίλυσης του προβλήματος, και υποδεικνύεται η ορθή χρήση των αγγλικών προς αποφυγή παρεξηγήσεων και επιδείνωσης μιας ήδη δυσάρεστης κατάστασης. Ως εκπαιδευτικές μέθοδοι προτείνονται προσομοιώσεις και παιχνίδια ρόλων, μέσω των οποίων οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούν αυτές τις δεξιότητες σε ένα ελεγχόμενο περιβάλλον. Μέσω της συγκεκριμένης υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να βελτιώνουν τις δεξιότητές τους στην εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών και να διασφαλίζουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης και θετικών εμπειριών για τους/τις επισκέπτες/-τριες.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.
2. Mol, H. (2008). *English for tourism and hospitality in higher education studies: course book*. Reading: Garnet Publishing.

Συμπληρωματικές

1. Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.
2. Marks, S. (2019). *Mastering grammar for B1: Greek edition*. Limassol: Burlington Books.

2.4.B • ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να ωθήσει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να γνωρίσουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της γερμανικής γλώσσας, καθώς και τα χαρακτηριστικά της προφορικής επικοινωνίας. Ειδικότερα, παρουσιάζονται ο γραπτός και ο προφορικός λόγος της γερμανικής γλώσσας σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές συνθήκες που σχετίζονται με τον τουρισμό και τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Επιπρόσθετος στόχος είναι, μέσω της γερμανικής γλώσσας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αναπτύξουν θετική στάση απέναντι στην εκπαίδευση και στην επικοινωνία.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Διακρίνουν τις γραμματικές και συντακτικές δομές της γερμανικής γλώσσας,
- Αφηγούνται ένα απλό και σύντομο κείμενο στα γερμανικά,
- Παράγουν σημειώσεις και μηνύματα στα γερμανικά με απλό και σύντομο τρόπο,
- Επαληθεύουν τις γνώσεις τους στη γερμανική γλώσσα όσον αφορά μια επαγγελματική τηλεφωνική επικοινωνία,
- Διαχειρίζονται μια συνομιλία σχετική με τον τουρισμό στη γερμανική γλώσσα,
- Χρησιμοποιούν στις συζητήσεις δημοφιλείς εκφράσεις και λέξεις οι οποίες αφορούν κοινωνικά παραδείγματα όπως το άτομο, την οικογένεια, τις αγορές, την εργασία κ.ά. Μέσω συζητήσεων,

- Αποδέχονται τη γερμανική γλώσσα ως κύριο εργαλείο επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Συμμετέχουν στην εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών μιας τουριστικής επιχείρησης κάνοντας χρήση της γερμανικής γλώσσας,
- Διαβάζουν ένα έγγραφο τουριστικού γραφείου στο οποίο γίνεται χρήση ορολογίας στα γερμανικά,
- Εντοπίζουν την κατάλληλη και ζητούμενη πληροφορία σε ένα απλό γερμανικό κείμενο,
- Συνθέτουν κείμενα και γραπτά μηνύματα στη γερμανική γλώσσα προς έναν/μία πελάτη/-ισσα,
- Εξηγούν στη γερμανική γλώσσα σε πελάτες/-ισσες ζητήματα τα οποία αφορούν την παραμονή τους σε έναν τουριστικό προορισμό.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Reisebuchung / Ticket-und Kartenausstellung / Reisebüro / Berufe in der Tourismusbranche / Anreise-Abreise / Reservierungsanfrage / Reservierungsbestätigung / Verkehrsmittel-Transportzentren / Sehenswürdigkeiten / Kulturelle Veranstaltungen / Gastronomie / Stadtorientierung.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
2	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΚΡΑΤΗΣΗ
3	ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΟΧΗΜΑΤΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
4	ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ
5	ΑΦΙΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ
6	ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ
7	ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ, ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Κείμενο αναφοράς

2.4.B.1 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε συνέχεια της προηγούμενης μαθησιακής ενότητας, η πρώτη υποενότητα «Επαγγέλματα στον τομέα του τουρισμού» εμβαθύνει στην τουριστική ορολογία. Εδώ αποσαφηνίζονται τα επαγγέλματα που αφορούν στον τομέα του τουρισμού και είναι τμή-

μα του επαγγελματικού αντικειμένου των αποφοίτων της ειδικότητας (Berufe in der Tourismusbranche). Αρχικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν πώς σχηματίζονται τα επαγγέλματα σε αρσενικό και θηλυκό γένος και μετέπειτα αρχίζουν να κωδικοποιούν τους κανόνες ανωμάτων ρημάτων στον ενεστώτα. Επίσης, εστιάζεται σε λεξιλόγιο, το οποίο πραγματεύεται δραστηριότητες και τομείς ευθύνης σε θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού. Παρουσιάζεται ακόμη ο τρόπος γραφής-σύνταξης ενός σύντομου κειμένου παρουσίασης κάποιου επαγγελματία, συμπεριλαμβάνοντας στοιχεία όπως όνομα, ηλικία, τόπος καταγωγής, τόπος κατοικίας, ομιλούσες γλώσσες, πόστο εργασίας, καθώς και αρμοδιότητες και ευθύνες. Για την εφαρμογή και ανάλυση προτείνεται η ενασχόληση με κείμενα παρουσίασης επαγγελματιών του χώρου σε διάφορα περιβάλλοντα, όπως το ξενοδοχείο, το εστιατόριο, το τουριστικό γραφείο (Hotel, Restaurant, Reisebüro), και η ομαδοποίηση επαγγέλματος, δραστηριότητας, χώρου ευθύνης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν σύντομα γερμανικά κείμενα που περιγράφουν τις παραπάνω θέσεις εργασίας. Για τη διδασκαλία της διατύπωσης νοήματος και παραγωγής ενός μικρού κειμένου προτείνεται να εφαρμοστούν συνεργατικές εκπαιδευτικές τεχνικές, όπως η εργασία σε ομάδες ή κατά ζεύγη, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούσαν να συνθέτουν μικρά κείμενα παρουσίασης επαγγελματία βάσει των ομαδοποιημένων στοιχείων που έχουν ήδη κατηγοριοποιήσει. Συνοψίζοντας, η συγκεκριμένη υποενότητα καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσα από την ενασχόληση με περιεχόμενα που πραγματεύονται αμιγώς τον τουριστικό κλάδο.

2.4.B.2 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΚΡΑΤΗΣΗ

Μετά την περάτωση της κατανόησης, της διατύπωσης και της παραγωγής ενός απλού κειμένου στη γερμανική γλώσσα, η δεύτερη μαθησιακή υποενότητα «Ηλεκτρονική και τηλεφωνική κράτηση» ασχολείται με τη διαχείριση μιας απλής συνομιλίας τουριστικού περιεχομένου. Αποσκοπεί στην εξοικείωση και κατανόηση της βασικής δομής μιας συνομιλίας σε επαγγελματικό επίπεδο στο θεματικό πεδίο της διαχείρισης κρατήσεων (Reisebuchung). Παρουσιάζονται γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα της γλώσσας, όπως οι κτητικές αντωνυμίες (Possessivpronomen), η αιτιατική (Akkusativ), η κλίση ομαλών ρημάτων με ιδιαιτερότητες στον ενεστώτα (Präsens), οι πρώτες προθέσεις (für/ohne/mit), καθώς και καταφάσεις, ερωτήσεις ολικής και μερικής αγνοίας, εμπλουτισμένες με τα νέα γραμματικά φαινόμενα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διαχειρίζονται σημαντικές λεκτικές πράξεις και εκφράσεις που άπτονται της τουριστικής επικοινωνίας. Κατανοούν και χρησιμοποιούν πώς κάνουν μια κράτηση ("Eine Reservierung machen"), πώς κλείνουν ένα δωμάτιο ("Ein Zimmer buchen") και πώς ρωτούν για τον αριθμό των διανυκτερεύσεων ("Für wie viele Nächte?"). Για την εφαρμογή και ανάλυση προτείνεται η ενασχόληση με κείμενα διαλόγων με περιεχόμενα τηλεφωνικής κράτησης, καθώς και η ενασχόληση με πλατφόρμες διαδικτυακής κράτησης. Προτείνεται να εφαρμοστούν συνεργατικές εκπαιδευτικές τεχνικές, όπως το

παιχνίδι ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούσαν να παράγουν διαλόγους τυπικής επικοινωνίας, χρησιμοποιώντας κατάλληλες προσφωνήσεις και εκφράσεις μαζί με τα νέα περιεχόμενα. Συνοψίζοντας, η συγκεκριμένη υποεπένδυση βοηθά τον/την εκπαιδευόμενο/-η να αναπτύξει ειδικότερες γνώσεις και δεξιότητες στην τουριστική ορολογία και στη γλώσσα τουριστικού γραφείου.

2.4.B.3 | ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΟΧΗΜΑΤΩΝ, ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Σε συνέχεια των προηγούμενων υποεπενδύσεων, η τρίτη υποεπένδυση «Μέσα μεταφοράς και ενοικίαση, μετακίνηση και έκδοση εισιτηρίων» επικεντρώνεται στη γερμανική τουριστική ορολογία και στο επαγγελματικό περιβάλλον της ειδικότητας, συζητώντας τους τύπους μεταφορικών μέσων και μετακίνησης. Αρχικά, θα κατηγοριοποιηθεί το καινούριο λεξιλόγιο σε: τύπο μεταφορικού μέσου (Verkehrsmittel), κέντρα μεταφοράς ταξιδιωτικού κοινού (Transportzentren), έκδοση εισιτηρίων (Ticket- und Kartenausstellung), δρομολόγια (Verbindungen), καθώς και ενοικίαση αυτοκινήτου (Autovermietung). Στη συνέχεια, εμπλουτίζεται η γραμματική ικανότητα των εκπαιδευομένων, ενώ αναγνωρίζουν και αρχίζουν να χρησιμοποιούν τα σύνθετα-χωριζόμενα ρήματα (Trennbare Verben) και κωδικοποιούνται οι κανόνες σύνταξης με τα συγκεκριμένα ρήματα, που αφενός στη γερμανική γλώσσα είναι σημαντικό σημείο διαφοροποίησης από την ελληνική σύνταξη και αφετέρου είναι συνηθισμένη η χρήση τους στο πεδίο της μετακίνησης ("Ich fahre am Montag ab". / "Herr Müller kommt heute Nachmittag an"). Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με σταθερές εκφράσεις με προθέσεις ("mit dem Zug fahren" / "am Flughafen ankommen" / "vom Hafen abholen"). Δίνονται παραδείγματα και γίνεται εμβάθυνση στις ερωτήσεις μερικής και ολικής αγνοίας, χρησιμοποιώντας τη νέα ορολογία ("Können Sie mich zum Flughafen bringen?" / "Wann kommen Sie an?"). Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασχολούνται με την κατανόηση κειμένων, των οποίων τα περιεχόμενα άπτονται της συγκεκριμένης ορολογίας, και εξοικειώνονται με τη νέα ορολογία και τα νέα γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα μέσω πρακτικών ασκήσεων που ανταποκρίνονται σε πραγματικές καταστάσεις. Συνοψίζοντας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν ειδικότερες γνώσεις και δεξιότητες που αφορούν στην οργάνωση και στη διαχείριση των μετακινήσεων των τουριστών/-τριών κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού. Ως πρακτική μελέτης και εξάσκηση προτείνεται το παιχνίδι ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούν να παράγουν διαλόγους εμπλουτισμένους με τα νέα περιεχόμενα.

2.4.B.4 | ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σε συνέχεια των προηγούμενων υποεπενδύσεων, όπου παρουσιάστηκε και αναλύθηκε η τουριστική ορολογία στη γερμανική γλώσσα, η παρούσα υποεπένδυση «Επιστολές κράτησης και επιβεβαίωση κρατήσεων» ασχολείται με τη γραπτή επικοινωνία των αποφοίτων της ειδικότητας με τους δυνητικούς πελάτες/-ισσες πριν και κατά τη δι-

άρκεια του ταξιδιού. Στο πλαίσιο αυτό, στοχεύει η συγκεκριμένη υποενότητα στην εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τους κανόνες δομής και τη γερμανική ορολογία ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αρχικά, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ταξινομούν τη δομή και τα βασικά μέρη μιας επίσημης ηλεκτρονικής επιστολής σε: θέμα (Betreff), προσφώνηση (Anrede), εισαγωγή (Einleitung), κύριο μέρος (Hauptteil), επίλογο (Schluss), χαιρετισμό (Gruß) και υπογραφή (Unterschrift), καθώς και συνοψίζουν τα τακτικά αριθμητικά και τα χωριζόμενα ρήματα, που είναι απαραίτητα για τις συγκεκριμένες επιστολές. Κατόπιν, παρουσιάζονται ποικίλα παραδείγματα ηλεκτρονικών επιστολών ζήτησης με διαφορετικούς τύπους δωματίων και διατροφής, με διαφορετικές ημερομηνίες άφιξης-αναχώρησης, με διαφορετικά μεταφορικά μέσα και σε διαφορετικά κέντρα μετακίνησης. Στη συνέχεια, αντιπαραβάλλονται με διάφορες απαντήσεις στα μηνύματα επιβεβαίωσης κράτησης με σκοπό, επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τυποποιημένες φράσεις όπως: «Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων» ("Ich danke Ihnen im Voraus!"), «Μπορείτε να επιβεβαιώσετε την κράτηση με ηλεκτρονικό μήνυμα;» ("Können Sie die Reservierung bitte per e-Mail bestätigen?"). Για την εφαρμογή και ανάλυση των νέων περιεχομένων προτείνεται να εφαρμοστούν συνεργατικές εκπαιδευτικές τεχνικές, όπως η εργασία σε ομάδες ή κατά ζεύγη, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούσαν να συντάσσουν ηλεκτρονικά μηνύματα βάσει των ομαδοποιημένων στοιχείων που έχουν ήδη κατηγοριοποιήσει. Συνοψίζοντας, η συγκεκριμένη υποενότητα καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μέσα από την ενασχόληση με περιεχόμενα που πραγματεύονται αμιγώς τον κλάδο του τουριστικού γραφείου.

2.4.B.5 | ΑΦΙΞΗ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ

Σε συνέχεια της προηγούμενης μαθησιακής υποενότητας, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες εισήχθησαν στη διαχείριση επιστολών κρατήσεων και επιβεβαίωσης κρατήσεων, η παρούσα υποενότητα «Αφιξη και αναχώρηση» εστιάζεται στην ανάπτυξη ειδικότερων γνώσεων και δεξιοτήτων στην τουριστική ορολογία της ξενοδοχειακής άφιξης και αναχώρησης στη γερμανική γλώσσα. Στην αρχή της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με την κατηγοριοποίηση των ειδών άφιξης (Anreise mit/ohne Reservierung), την αναχώρηση (Abreise) και των τρόπων πληρωμής (Zahlungsarten) και την αντίστοιχη ορολογία στη γερμανική γλώσσα. Αναλύονται δημοφιλείς εκφράσεις του χώρου, όπως: «Καλώς ήρθατε στο ξενοδοχείο μας» ("Herzlich Willkommen in unserem Hotel!"), «Έχετε αποσκευές;» ("Haben Sie Gepäck?"), «Πώς ήταν το ταξίδι σας;» ("Wie war Ihre Reise?"), «Ορίστε ο λογαριασμός σας» ("Hier Ihre Rechnung"), «Θα πληρώσετε με μετρητά ή με κάρτα;» ("Zahlen Sie in bar oder mit Karte?"), «Καλό ταξίδι επιστροφής» ("Gute Heimfahrt!"). Επίσης, έμφαση δίνεται στον Παρατατικό (Präteritum) των ρημάτων είμαι και έχω και εμπεδώνονται οι κτητικές αντωνυμίες. Στο πλαίσιο αυτό, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μελετούν κείμενα διαλόγων που παρουσιάζουν διαφορετικά είδη αφίξεων και αναχωρήσεων και

ασχολούνται με σχετικές ερωτήσεις, ώστε να είναι σε θέση να δώσουν ολοκληρωμένες απαντήσεις. Σκοπός της παρούσας υποενότητας είναι αφενός η κατανόηση ενός απλού και σύντομου κειμένου, αφετέρου η επιλεκτική διατύπωση του νοήματός του στη γερμανική γλώσσα. Αυτή η υποενότητα καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, βοηθώντας τους να συμμετέχουν στην εξυπηρέτηση πελατών/-ισμών μιας τουριστικής επιχείρησης στη γερμανική γλώσσα, και ως πρακτική μελέτης και εξάσκησης προτείνεται το παιχνίδι ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατά ζευγάρια θα μπορούν να παράγουν διαλόγους εμπλουτισμένους με τα νέα περιεχόμενα.

2.4.B.6 | ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ

Όπως και οι προηγούμενες υποενότητες, η έκτη υποενότητα «Προσανατολισμός στην πόλη» επικεντρώνεται στη γερμανική τουριστική ορολογία και στο επαγγελματικό περιβάλλον της ειδικότητας, εισάγοντας τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στο να διαχειρίζονται μια συνομιλία στη γερμανική γλώσσα σχετική με τον τουρισμό και τις τουριστικές υπηρεσίες των τουριστικών γραφείων. Στην αρχή, καταγράφεται το καινούριο λεξιλόγιο, που αφορά τις υποδομές και τα κτίρια της πόλης (Stadtgebäude und Infrastruktur), τον προσανατολισμό και τις κατευθύνσεις (im ersten Stock, nach rechts/links, geradeaus) και περιγράφονται καινούριες γραμματικές δομές όπως τα τοπικά επιρρήματα (Lokale Adverbien), η προστακτική (Imperativ) και οι προθέσεις με τοπική σημασία (Präpositionen mit lokaler Bedeutung). Δίνονται παραδείγματα (den Aufzug nehmen/ zu Fuß gehen) και γίνεται εμβάθυνση στις καταφάσεις, στις ερωτήσεις μερικής και ολικής αγνοίας, χρησιμοποιώντας τη νέα ορολογία ("Wie kann ich zum Alexander-Platz gehen?" / "Gehen Sie hier geradeaus!"). Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασχολούνται με την κατανόηση κειμένων, των οποίων τα περιεχόμενα άπτονται της συγκεκριμένης ορολογίας, και εξοικειώνονται με τη νέα ορολογία και τα νέα γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα μέσω πρακτικών ασκήσεων που ανταποκρίνονται σε πραγματικές καταστάσεις. Συνοψίζοντας, αυτή η υποενότητα προάγει τη διαμεσολάβηση, καθιστώντας ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες, και ως πρακτικές μελέτης και εξάσκησης προτείνονται συλλογικές δραστηριότητες, όπως το παιχνίδι ρόλων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούν να παράγουν διαλόγους εμπλουτισμένους με τα νέα περιεχόμενα.

2.4.B.7 | ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ, ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Κλείνοντας, η τελευταία υποενότητα «Αξιοθέατα, εστίαση και πολιτιστικές εκδηλώσεις» επικεντρώνεται στη γερμανική τουριστική ορολογία και στο επαγγελματικό περιβάλλον της ειδικότητας, εισάγοντας τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στο να διαχειρίζονται στη γερμανική γλώσσα βασικές υπηρεσίες τουριστικών γραφείων. Στην αρχή, καταγράφεται το καινούριο εξειδικευμένο λεξιλόγιο στο θεματικό πεδίο, που αφορά τα αξιοθέατα (Sehenswürdigkeiten), την εστίαση (Gastronomie), τις πολιτιστι-

κές εκδηλώσεις (kulturelle Veranstaltungen), τις δραστηριότητες τον ελεύθερο χρόνο (Freizeitaktivitäten) και περιγράφονται τα ωράρια λειτουργίας (Öffnungszeiten), καθώς και ο καιρός (Wetter). Δίνονται παραδείγματα (“Das Museum ist am Nachmittag geschlossen”, “Das Wetter ist heute gut”) και γίνεται εμβάθυνση στις καταφάσεις, στις ερωτήσεις μερικής και ολικής αγνοίας, χρησιμοποιώντας τη νέα ορολογία (“Wann findet die Kunstausstellung statt?”, “Gehen wir heute Abend ins Gasthaus essen?”). Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ασχολούνται με την κατανόηση κειμένων, των οποίων τα περιεχόμενα άπτονται της συγκεκριμένης ορολογίας, και εξοικειώνονται με τη νέα ορολογία και τα νέα γραμματικά και συντακτικά φαινόμενα μέσω κειμένων διαλόγου που ανταποκρίνονται σε πραγματικές καταστάσεις. Ως πρακτικές μελέτης και εξάσκησης προτείνονται συλλογικές δραστηριότητες, όπως η ομαδική εργασία, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα μπορούν να σχεδιάζουν μια εκδρομή ή ένα ταξίδι, περιγράφοντας και προγραμματίζοντας επισκέψεις σε τοποθεσίες και αξιοθέατα, καθώς και προτείνοντας σχετικές δραστηριότητες. Συνοψίζοντας, αυτή η υποενότητα καθιστά ειδικότερες τις γνώσεις και δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες και στοχεύει στο να διευρύνει τους ορίζοντές τους, έτσι ώστε ως επαγγελματίες της ειδικότητας να διοργανώνουν ταξίδια σε γερμανόφωνες χώρες ή/και να διοργανώνουν πακέτα διακοπών στο εσωτερικό, που να απευθύνονται όμως σε γερμανόφωνους/-ες. Με αυτή την υποενότητα ολοκληρώνεται η μαθησιακή ενότητα «Εφαρμογή στη γερμανική γλώσσα τουριστικού γραφείου».

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Grunwald, A. (2014). *Ja, gerne! Deutsch im Tourismus. A1*. Berlin: Cornelsen Verlag.
2. van der Werff, F., Schurig, C., Schaefer, B. & Schumann, A. (2015). *Menschen im Beruf – Tourismus. Kursbuch. Teil 2*. München: Hueber Verlag.
3. Βηδενμάιερ, Δ. (2013). *Γερμανικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <https://www.openbook.gr/germanika-gia-ton-tourismo-a1-a2/>

Συμπληρωματικές

1. Reihe, C. (2011). *Γερμανικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <http://hdl.handle.net/10795/862>
2. Θεοδωρίδου, Χ. & Λαγού, Α. (2019). *Διδακτικό υλικό για τη γερμανική γλώσσα για τον τομέα διοίκησης και οικονομίας, ειδικότητα «Υπάλληλος τουριστικών επιχειρήσεων» – Γ' ΕΠΑ.Λ.* Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Εκπαιδευτικής Πολιτικής. Ανακτήθηκε στις 30 Ιουνίου 2024 από: <https://www2.iep.edu.gr/el/component/k2/857-germaniki-glossa-oikonomias-dioikisis-g-epal>

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι η απόκτηση γνώσεων αναφορικά με την οργάνωση και λειτουργία των τμημάτων των τουριστικών γραφείων που ασχολούνται με ειδικά τουριστικά προϊόντα. Πιο συγκεκριμένα, η ενότητα, αξιοποιώντας τις βασικές αρχές οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, επικεντρώνεται σε διάφορα ειδικά τμήματα, όπως το τμήμα συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού, το τμήμα εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και στην εξυπηρέτηση μεμονωμένων τουριστών/-τριών. Επιπροσθέτως, παρουσιάζονται ειδικότερα θέματα που άπτονται της οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου, όπως η προετοιμασία και συντήρηση πληροφοριακής βάσης για ένα τουριστικό γραφείο, η διαδικασία οργάνωσης της πλήρους αυτονομίας του χώρου του τουριστικού γραφείου και οι διασυνδέσεις των τμημάτων του τουριστικού γραφείου με βάση το οργανόγραμμά του. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έχουν τη δυνατότητα να έρχονται σε επαφή και με πρακτικά ζητήματα της οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού γραφείου κατά τη διάρκεια των εργαστηριακών μαθημάτων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Παρουσιάζουν όλες τις υπηρεσίες που προσφέρει το τμήμα ειδικών τουριστικών προϊόντων,
- Εφαρμόζουν τις διαδικασίες για τη δημιουργία και συντήρηση της πληροφοριακής βάσης ενός τουριστικού γραφείου,
- Δημιουργούν ένα ολοκληρωμένο σύνολο παροχής υπηρεσιών, το οποίο να αφορά ειδικά τουριστικά προϊόντα,
- Εντοπίζουν κατηγορίες επιμέρους υπηρεσιών που προστίθενται στο σύγχρονο περιβάλλον λειτουργίας των τουριστικών γραφείων,
- Υιοθετούν πρακτικές που διασφαλίζουν τη σωστή αντιμετώπιση βάσει της επαγγελματικής δεοντολογίας των υπαλλήλων ενός τουριστικού γραφείου,
- Παρουσιάζουν τις λειτουργίες των εταιρειών διοργάνωσης εκδηλώσεων (events management),
- Αναλύουν τις λειτουργίες οργάνωσης συνεδριακών κέντρων και θεματικών πάρκων,
- Παρουσιάζουν τους πόλους έλξης που υποστηρίζουν τη λειτουργία συνεδριακών κέντρων και θεματικών πάρκων,
- Ταξινομούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (π.χ. τουρισμός πολιτιστικός, θρησκευτικός, επαγγελματικός κ.λπ.),

- Συγκρίνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε αγοράς-στόχου στην οποία η κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού απευθύνεται.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ειδικά τουριστικά προϊόντα / Συνεδριακός τουρισμός / Εναλλακτικές μορφές τουρισμού / Γαστρονομικός τουρισμός / Πολιτιστικός τουρισμός / Αθλητικός τουρισμός / Οικοτουρισμός / Θρησκευτικός τουρισμός / Ιαματικός τουρισμός / Εκπαιδευτικός τουρισμός / Επαγγελματικός τουρισμός / Προσβάσιμος τουρισμός για ΑΜΕΑ / Επαγγελματική δεοντολογία / Διοργάνωση εκδηλώσεων / Θεματικά πάρκα.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (1), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
2	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
4	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΩΔΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
6	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
7	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΕΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΑΜΕΑ
8	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
9	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
10	ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Γ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην πρώτη υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και αναλύουν τις διάφορες μορφές τουρισμού που ξεφεύγουν από το παραδοσιακό πρότυπο, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός και ο προσβάσιμος τουρισμός για ΑΜΕΑ. Κατανοούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ειδικές απαιτήσεις κάθε μορφής τουρισμού, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι μορφές προσαρμόζονται στις ανάγκες των διαφορετικών αγορών-στόχων. Οι γνώσεις αυτές είναι κρίσιμες για την επαγγελματική

τους κατάρτιση, καθώς οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού προσφέρουν ευκαιρίες για διαφοροποίηση και εξειδίκευση, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη νέων αγορών και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Αναπτύσσουν δεξιότητες για την αναγνώριση, αξιολόγηση και αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν αυτές οι εναλλακτικές μορφές, βελτιώνοντας έτσι τη θέση τους στον τουριστικό τομέα. Σημεία που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής περιλαμβάνουν την κατανόηση των τάσεων της αγοράς και των προτιμήσεων των ταξιδιωτών, την ανάλυση των τοπικών χαρακτηριστικών που μπορούν να υποστηρίξουν τις διάφορες μορφές τουρισμού και τη στρατηγική προώθησης αυτών των μορφών. Για την καλύπτερη κατανόηση και εφαρμογή των εννοιών, προτείνονται πρακτικές μελέτες, όπως η ανάλυση πραγματικών παραδειγμάτων εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων και η ανάπτυξη στρατηγικών προώθησης, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μπορούν να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους στην πράξη, ενισχύοντας έτσι την επαγγελματική τους ικανότητα και επιτυγχάνοντας ουσιαστικά αποτελέσματα στον τομέα του τουρισμού.

2.4.Γ.2 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα προσφέρει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες βαθιές γνώσεις σχετικά με τη σύνθεση και την προβολή του πολιτιστικού κεφαλαίου μέσω του τουρισμού. Εξοικειώνονται με την ανάλυση των πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής, όπως αρχαιολογικά μνημεία, μουσεία, τοπικές παραδόσεις και φεστιβάλ. Αντιλαμβάνονται πώς να δημιουργούν καινοτόμα προϊόντα τουρισμού βασισμένα στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά, όπως θεματικές πολιτιστικές διαδρομές, τουριστικά πακέτα που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε ιστορικά κτίρια και συμμετοχή σε τοπικές γιορτές. Επίσης, κατανοούν πώς να προωθούν αποτελεσματικά αυτά τα προϊόντα μέσω σύγχρονων στρατηγικών μάρκετινγκ και επικοινωνίας, όπως η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η δημιουργία ελκυστικών ιστοσελίδων και η συνεργασία με influencers του τουρισμού. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η βαθύτερη κατανόηση των πολιτιστικών ευαισθησιών και η δημιουργία βιώσιμων τουριστικών προτάσεων που σέβονται την ταυτότητα της κοινότητας. Επίσης, η εκπαίδευση σε στρατηγικές προώθησης και μάρκετινγκ αποτελεί ουσιώδες μέρος του προγράμματος. Για τη βελτίωση της πρακτικής εξάσκησης, προτείνεται η συμπερίληψη πεδίων εφαρμογής, όπως ο σχεδιασμός πολιτιστικών διαδρομών που περιλαμβάνουν επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία και τοπικά εργαστήρια τέχνης, η οργάνωση εκθέσεων που προβάλλουν τη δουλειά ντόπιων καλλιτεχνών, ή η διοργάνωση εκδηλώσεων όπως μουσικά φεστιβάλ και γαστρονομικές εκδηλώσεις. Επιπλέον, προτείνεται η επίσκεψη σε τοπικούς φορείς, όπως πολιτιστικούς συλλόγους και τουριστικά γραφεία, για πρακτική εμπειρία και η συνεργασία με τοπικές αρχές για την οργάνωση και την προώθηση αυτών των δραστηριοτήτων.

2.4.Γ.3 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν βασικές αρχές και τεχνικές της οργάνωσης θρησκευτικού τουρισμού. Αποκτούν γνώσεις σχετικά με την ιστορία, τη σημασία και τις ιδιαιτερότητες των θρησκευτικών προορισμών, καθώς και τις ανάγκες των επισκεπτών που αναζητούν θρησκευτικές εμπειρίες. Μελετούν τις διαφορετικές μορφές θρησκευτικού τουρισμού, όπως οι προσκυνηματικές διαδρομές και οι θρησκευτικές εκδηλώσεις, και αναγνωρίζουν πώς να δημιουργούν ελκυστικά πακέτα που συνδυάζουν πολιτιστικά και θρησκευτικά στοιχεία. Για παράδειγμα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ανακαλούν πώς να σχεδιάζουν ταξίδια σε θρησκευτικά κέντρα όπως το Βατικανό, τα Ιεροσόλυμα ή το Όρος Άθως. Κατανοούν πώς να συνδυάζουν την επίσκεψη σε σημαντικά θρησκευτικά μνημεία με πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως η παρακολούθηση τοπικών εορτών ή η συμμετοχή σε εργαστήρια θρησκευτικής τέχνης. Επίσης, εξετάζουν τις ιδιαιτερότητες των θρησκευτικών φεστιβάλ, όπως η προσκυνηματική διαδρομή «Χατζ» στη Μέκκα. Σημεία προσοχής στα οποία εστιάζονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιλαμβάνουν την κατανόηση των πολιτισμικών διαφορών, την ευαισθησία προς τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και την ικανότητα διαχείρισης κρίσεων που μπορεί να προκύψουν λόγω αυτών των διαφορών. Για παράδειγμα, αναγνωρίζουν πώς να διαχειρίζονται περιπτώσεις προσκυνητών που αντιμετωπίζουν δυσκολίες λόγω διαφορετικών θρησκευτικών εθίμων ή πώς να αντιμετωπίζουν έκτακτα περιστατικά κατά τη διάρκεια θρησκευτικών εκδηλώσεων. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες όπως η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων θρησκευτικών τουριστικών πακέτων. Επίσης, η επίσκεψη σε θρησκευτικούς προορισμούς και η επαφή με επαγγελματίες του κλάδου μπορούν να προσφέρουν πολύτιμη εμπειρία και πρακτική κατανόηση των απαιτήσεων της εργασίας.

2.4.Γ.4 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές και πρακτικές της ανάπτυξης του αγροτουρισμού και του οικοτουρισμού. Εξοικειώνονται με τις διαφορετικές μορφές αγροτουριστικών και οικοτουριστικών δραστηριοτήτων για τους τουρίστες, όπως οι επισκέψεις σε αγροκτήματα για συλλογή φρούτων και λαχανικών, οι περιηγήσεις στη φύση για παρατήρηση πουλιών και άλλων ζώων, η συμμετοχή σε γεωργικές εργασίες όπως η παραγωγή κρασιού ή η εκτροφή ζώων και η προώθηση βιώσιμων πρακτικών τουρισμού όπως η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις τουριστικές εγκαταστάσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και αξιοποιούν τους τοπικούς φυσικούς και πολιτισμικούς πόρους για τη δημιουργία ελκυστικών τουριστικών προϊόντων. Επίσης, κατανοούν πώς να αναδεικνύουν την τοπική πολιτιστική κληρονομιά μέσω δραστηριοτήτων όπως τα εργαστήρια παραδοσιακών τεχνών και η συμμετοχή σε τοπικά φεστιβάλ. Σημεία προσοχής στα οποία εστιάζονται οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιλαμβάνουν την κατανόηση

των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης, τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης, δίνεται έμφαση στη διαχείριση των φυσικών πόρων και στην εκπαίδευση των επισκεπτών για την υπεύθυνη συμπεριφορά στη φύση, όπως η μείωση των αποβλήτων και ο σεβασμός στα τοπικά οικοσυστήματα. Για να ενισχυθεί η μάθηση, προτείνονται πρακτικές μελέτες όπως η ανάλυση επιτυχημένων παραδειγμάτων αγροτουριστικών και οικοτουριστικών επιχειρήσεων, όπως το παράδειγμα του οικοτουριστικού προορισμού της Κόστα Ρίκα, όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε δραστηριότητες παρατήρησης άγριας ζωής και διαμονής σε οικολογικά καταλύματα.

2.4.Γ.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΩΔΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν και κατανοούν τις αρχές διαχείρισης του αθλητικού και περιπετειώδους τουρισμού, διαχωρίζοντας τις δραστηριότητες σε ήπιες και έντασης. Εστιάζουν στις βασικές αρχές σχεδιασμού, οργάνωσης και προώθησης τουριστικών πακέτων που περιλαμβάνουν αθλητικές και περιπετειώδεις δραστηριότητες. Οι ήπιες δραστηριότητες περιλαμβάνουν πεζοπορία στα μονοπάτια του Ολύμπου, ποδηλασία γύρω από τη λίμνη Πλαστήρα, παρατήρηση πουλιών στο Δέλτα του Έβρου και κανό-καγιάκ σε ήρεμα νερά, όπως στον ποταμό Νέστο, ιδανικές για οικογένειες και άτομα που αναζητούν επαφή με τη φύση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να δημιουργούν ασφαλή και ελκυστικά προγράμματα, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών. Επίσης, οι δραστηριότητες έντασης περιλαμβάνουν ορειβασία στον Όλυμπο, αναρρίχηση στα Μετέωρα, καταδύσεις στην Κάλυμνο και rafting στον ποταμό Αχέροντα, που απευθύνονται σε άτομα που αναζητούν έντονες εμπειρίες και προκλήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς να διαχειρίζονται τους κινδύνους, να εξασφαλίζουν την ασφάλεια των συμμετεχόντων και να παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες. Σημεία προσοχής περιλαμβάνουν τη διασφάλιση της ασφάλειας, την προστασία του περιβάλλοντος και την ικανοποίηση των πελατών, με γνώση των κανονισμών προστασίας φυσικών περιοχών, όπως το Εθνικό Πάρκο Ολύμπου. Για την ενίσχυση της μάθησης, συνιστώνται η ανάλυση επιτυχημένων αθλητικών και περιπετειωδών προγραμμάτων, η συμμετοχή σε σεμινάρια πρώτων βοηθειών και ασφάλειας, καθώς και η πρακτική εξάσκηση σε οργανωμένα προγράμματα. Η μελέτη περιοχών με ανεπτυγμένο αθλητικό και περιπετειώδη τουρισμό, όπως τα Ζαγοροχώρια και η Κάλυμνος, προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και έμπνευση.

2.4.Γ.6 | ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εστιάζονται στην οργάνωση του γαστρονομικού και οινοτουρισμού. Εξοικειώνονται με τις πρακτικές προώθησης τοπικών προϊόντων, τη δημιουργία αυθεντικών γαστρονομικών εμπειριών και την ενσωμάτωση οινοποιείων στα τουριστικά πακέτα. Στον γαστρονομικό τουρισμό,

μαθαίνουν πώς να αναδεικνύουν την τοπική κουζίνα μέσω γαστρονομικών διαδρομών, μαγειρικών εργαστηρίων και φεστιβάλ. Για παράδειγμα, σχεδιάζουν προγράμματα γευσιγνωσίας που περιλαμβάνουν τη δοκιμή τοπικών εδεσμάτων, όπως το τυρί φέτα, η μαστίχα Χίου και το ελαιόλαδο Κρήτης, μαθαίνοντας πώς να αναδεικνύουν αυτά τα προϊόντα ως μέρος μιας αυθεντικής γαστρονομικής εμπειρίας. Ο οινoturισμός περιλαμβάνει επισκέψεις σε οινοποιεία, συμμετοχή σε γευσιγνωσίες κρασιού και γνωριμία με τις διαδικασίες παραγωγής. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να σχεδιάζουν και να προωθούν εμπειρίες που συνδυάζουν οινοποιεία με τοπικά αξιοθέατα, όπως η επίσκεψη στο Αρχαιολογικό Μουσείο της Θήρας. Είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στη συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς, στην εξασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών και στη διατήρηση της αυθεντικότητας των εμπειριών. Προτείνεται η συμμετοχή σε γαστρονομικά και οινικά φεστιβάλ, η συνεργασία με τοπικούς σεφ και οινοπαραγωγούς και η πρακτική εξάσκηση σε επισκέψεις σε επιτυχημένες γαστρονομικές και οινoturιστικές επιχειρήσεις. Ενδεικτικά, η συμμετοχή σε ένα φεστιβάλ κρασιού στη Νάουσα ή η επίσκεψη σε ένα εστιατόριο με βραβείο Michelin στην Αθήνα προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες. Επίσης, η ανάλυση μελετών περιπτώσεων, όπως η επιτυχία του οινoturισμού στην Τοσκάνη ή η γαστρονομική ανάπτυξη στη Βασκική χώρα, προσφέρει πολύτιμη έμπνευση και κατανόηση των βέλτιστων πρακτικών.

2.4.Γ.7 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΕΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΑΜΕΑ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να σχεδιάζουν και να οργανώνουν προγράμματα ιαματικού και ευεξίας τουρισμού, καθώς και πώς να διασφαλίζουν την προσβασιμότητα για άτομα με αναπηρία (ΑΜΕΑ). Εξοικειώνονται με τις ιδιαιτερότητες των ιαματικών λουτρών, των spa και των κέντρων ευεξίας, μαθαίνοντας να ενσωματώνουν παραδοσιακές και σύγχρονες θεραπευτικές πρακτικές στα τουριστικά πακέτα. Κατανοούν τη σημασία των φυσικών πόρων, όπως τα ιαματικά νερά, και προωθούν τις ευεργετικές τους ιδιότητες στους επισκέπτες. Η προσβασιμότητα αποτελεί κρίσιμο κομμάτι του σχεδιασμού τουριστικών εμπειριών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να δημιουργούν περιβάλλοντα και υπηρεσίες που είναι προσβάσιμα σε όλους, ανεξαρτήτως φυσικών περιορισμών. Κατανοούν τις ειδικές ανάγκες των ΑΜΕΑ και γνωρίζουν πώς να σχεδιάζουν καταλύματα, δραστηριότητες και διαδρομές που είναι προσβάσιμες, δίνοντας έμφαση στην ασφάλεια, την άνεση και την αξιοπιστία των υπηρεσιών ευεξίας και ιαματικού τουρισμού. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνεται η συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια που εστιάζονται στην προσβασιμότητα και την ευεξία, επισκέψεις σε πρότυπες εγκαταστάσεις και συνεργασία με επαγγελματίες του κλάδου. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να ασκηθούν σε πραγματικά περιβάλλοντα, όπως επισκέψεις σε γνωστά κέντρα ευεξίας και ιαματικά λουτρά ή αναλύοντας επιτυχημένα παραδείγματα όπως

το Thermae Sylla Spa & Wellness Hotel στην Εύβοια. Εφαρμόζουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πράξη, σχεδιάζοντας και υλοποιώντας προγράμματα μικρής κλίμακας ευεξίας και ιαματικού τουρισμού. Η συνεχής αξιολόγηση των υπηρεσιών και η συνεργασία με ειδικούς διασφαλίζουν την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων ιαματικού και ευεξίας τουρισμού. Για παράδειγμα, πώς να συλλέγουν και να αναλύουν ανατροφοδότηση από τους επισκέπτες για να βελτιώνουν συνεχώς τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

2.4.Γ.8 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να σχεδιάζουν, να οργανώνουν και να διαχειρίζονται προγράμματα εκπαιδευτικού τουρισμού. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια με στόχο την εκπαίδευση και τη μάθηση, όπως επισκέψεις σε μουσεία, πολιτιστικά κέντρα, φυσικά πάρκα και ιστορικά μνημεία. Αναγνωρίζουν πώς να δημιουργούν εκπαιδευτικά προγράμματα που συνδυάζουν θεωρητική μάθηση με πρακτική εμπειρία, καθορίζοντας εκπαιδευτικούς στόχους, επιλέγοντας προορισμούς και σχεδιάζοντας δραστηριότητες που ενισχύουν τη μάθηση. Η οργάνωση και διαχείριση τέτοιων προγραμμάτων απαιτεί καλή προετοιμασία και συντονισμό, διαχειριζόμενοι κρατήσεις, μεταφορές, διαμονή και δραστηριότητες των συμμετεχόντων, εξασφαλίζοντας την ασφάλεια και την άνεσή τους. Συγκεκριμένα, σχεδιάζουν εκπαιδευτικές εκδρομές σε μουσεία φυσικής ιστορίας, προγραμματίζουν δραστηριότητες όπως ξενάγηση και εργαστήρια και διαχειρίζονται κρατήσεις για είσοδο και διαμονή. Οργανώνουν εκπαιδευτικά προγράμματα σε πολιτιστικά κέντρα για την Αρχαία Ελλάδα με θεατρικές παραστάσεις και εργαστήρια κεραμικής, καθώς και διαλέξεις από ειδικούς. Σχεδιάζουν εκδρομές σε φυσικά πάρκα με προγράμματα πεζοπορίας και παρατήρησης πουλιών, εξασφαλίζοντας ασφάλεια με οδηγούς και πρώτες βοήθειες. Οργανώνουν διεθνή προγράμματα ανταλλαγής μαθητών με συνεργασίες με ξένα σχολεία, επισκέψεις σε τοπικά αξιοθέατα και διαμονή σε οικογένειες υποδοχής. Τέλος, προγραμματίζουν ταξίδια για συμμετοχή σε διεθνή εκπαιδευτικά συνέδρια με παρουσιάσεις και εργαστήρια, εξασφαλίζοντας τη μεταφορά και τη διαμονή. Τα σημεία προσοχής περιλαμβάνουν την επιλογή αξιόπιστων παρόχων υπηρεσιών, την κατανόηση των εκπαιδευτικών αναγκών και τη διαχείριση του προϋπολογισμού, διασφαλίζοντας ότι τα προγράμματα είναι ελκυστικά και προσαρμοσμένα στις ηλικίες και τα ενδιαφέροντα των συμμετεχόντων. Μέσω αυτών των πρακτικών, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενσωματώνουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πραγματική επαγγελματική τους πορεία.

2.4.Γ.9 | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται πώς να σχεδιάζουν, να οργανώνουν και να διαχειρίζονται επαγγελματικά τουριστικά προγράμματα και συνέδρια, με έμφαση στον τουρισμό κινήτρων (incentives) και τον τουρισμό

MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). Εξετάζουν βήμα βήμα τις διαδικασίες προγραμματισμού, τις απαιτήσεις διαχείρισης και τα logistics που αφορούν επαγγελματικές συναντήσεις και εκδηλώσεις. Αναγνωρίζουν πώς να επιλέγουν κατάλληλους χώρους, να διαχειρίζονται τις εγγραφές και να οργανώνουν το πρόγραμμα των συνεδρίων. Κατανοούν τη σημασία της τεχνολογίας και των σύγχρονων εργαλείων διαχείρισης εκδηλώσεων, όπως τα συστήματα online εγγραφών, ο εξοπλισμός παρουσίασης, οι συνεδριακοί χώροι, οι υπηρεσίες διαμονής και σίτισης, καθώς και η ψυχαγωγία στις συνεδριακές διαδικασίες. Επιπλέον, μελετούν τις προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα. Δίνεται έμφαση στη διαχείριση των οικονομικών, στη διαπραγμάτευση με προμηθευτές και στην αντιμετώπιση πιθανών προβλημάτων, για να εξασφαλίζεται η ομαλή ροή των εργασιών και η αξιολόγηση της εμπειρίας των συμμετεχόντων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην επιλογή αξιόπιστων συνεργατών, στη διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των πελατών. Αποκτούν δεξιότητες άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, όπως η οργάνωση και διαχείριση κινήτρων (incentives) που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή και την αφοσίωση των συμμετεχόντων. Για την καλύτερη κατανόηση, συμμετέχουν σε πραγματικά συνέδρια ως παρατηρητές ή βοηθοί και αναλύουν περιπτώσεις επιτυχημένων συνεδρίων. Επίσης, συμμετέχουν σε workshops και σεμινάρια που εστιάζονται στον τουρισμό MICE και στα κίνητρα, διευρύνοντας έτσι τις γνώσεις και τις πρακτικές τους δεξιότητες.

2.4.Γ.10 | ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ

Στην υποενότητα «Οργάνωση Εκδηλώσεων και Διαχείριση Θεματικών Πάρκων», οι υποενότητα «Οργάνωση εκδηλώσεων και διαχείριση θεματικών πάρκων», οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται πώς να σχεδιάζουν, οργανώνουν και διαχειρίζονται εκδηλώσεις και θεματικά πάρκα, από μικρές τοπικές εκδηλώσεις έως μεγάλα διεθνή γεγονότα. Κατανοούν τις βασικές αρχές του σχεδιασμού εκδηλώσεων, όπως η επιλογή θεματικής, ο καθορισμός προϋπολογισμού, η διαχείριση ανθρώπινων πόρων και η ασφάλεια. Ανακαλούν πώς να δημιουργούν μοναδικές εμπειρίες για τους επισκέπτες και να αυξάνουν την επισκεψιμότητα στα θεματικά πάρκα. Ειδικότερα, εξοικειώνονται με τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (logistics) για μεγάλα γεγονότα, όπως φεστιβάλ, αθλητικές διοργανώσεις και εκθέσεις, εξασφαλίζοντας ότι όλα λειτουργούν ομαλά και οι συμμετέχοντες απολαμβάνουν μια θετική εμπειρία. Μελετούν περιπτώσεις επιτυχημένων μεγάλων γεγονότων και θεματικών πάρκων, αποκομίζοντας πρακτικές γνώσεις και ιδέες για τη βελτίωση της οργάνωσης και διαχείρισης. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ασφάλεια των επισκεπτών, η διαχείριση κρίσεων και η αποτελεσματική επικοινωνία με συμμετέχοντες και συνεργάτες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να ενημερώνονται για τις σύγχρονες τάσεις και τεχνολογίες στον τομέα της διοργάνωσης εκδηλώσεων και της διαχείρισης θεματικών πάρκων, ώστε να μπορούν να προσαρμόζονται και να καινοτομούν. Για πρακτική μελέτη, προτείνεται η

συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα ως βοηθοί ή παρατηρητές, η ανάλυση επιτυχημένων παραδειγμάτων θεματικών πάρκων και η συνεργασία με επαγγελματίες του κλάδου. Αυτή η πρακτική εμπειρία βοηθά τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να εφαρμόζουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πράξη, αναπτύσσοντας δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την επιτυχημένη διοργάνωση εκδηλώσεων και τη διαχείριση θεματικών πάρκων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Ανδριώτης, Κ. (2008). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Βασιλειάδης, Χ. (2014). *Διαχείριση μάρκετινγκ γεγονότων και εκδηλώσεων*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
3. Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2020). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
4. Κραβαρίτης, Κ. & Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Επαγγελματικός τουρισμός και οργάνωση συνεδρίων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Williams, C. & Buswell, J. (2003). *Service quality in leisure and tourism*. Wallingford, Oxon: CABI Publishing.
2. du Cros, H. & McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. London: Routledge.
3. Richards, G. (ed.). (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, UK: CABI Publishing.

2.4.Δ • ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι η απόκτηση από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες επιμέρους γνώσεων για τους αεροπορικούς ναύλους, καθώς και για την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων. Σε συνέχεια της μαθησιακής ενότητας του Εξαμήνου Γ', παρουσιάζονται επιμέρους χαρακτηριστικά των συστημάτων κρατήσεων και του συστήματος Σχεδίου Χρέωσης και Διακανονισμού (Bank Settlement Plan-BSP), καθώς και οι διαδικασίες τιμολόγησης των αεροπορικών εισιτηρίων. Επιπροσθέτως, δίνεται έμφαση στην πρακτική εφαρμογή των γνώσεων αναφορικά με την έκδοση εισιτηρίων, ώστε οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξασκηθούν στην πρακτική έκδοση και τιμολόγηση αεροπορικών εισιτηρίων μέσω εργαστηριακών μαθημάτων.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Συστηματοποιούν τις απαιτούμενες διαδικασίες για την τιμολόγηση των αεροπορικών εισιτηρίων,
- Χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων (GDS),
- Αναλύουν το Σχέδιο Χρέωσης και Διακανονισμού (Bank Settlement Plan-BSP),
- Διαχειρίζονται τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύπτουν κατά τη διαδικασία έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων,
- Ενθαρρύνουν την επαγγελματική δεοντολογία κατά τη διαδικασία εξυπηρέτησης πελατών/-ισών στην έκδοση εισιτηρίων,
- Εκτελούν διαδικασίες έκδοσης αεροπορικού εισιτηρίου,
- Εφαρμόζουν τις βασικές αρχές δόμησης αεροπορικού ναύλου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Αεροπορικοί ναύλοι / Έκδοση εισιτηρίων / Συστήματα κρατήσεων / Amadeus / Sabre / Travelport / Σχέδιο Χρέωσης και Διακανονισμού (BSP) / Τιμολόγηση / Ηλεκτρονικά συστήματα (GDS) / Κατασκευή ναύλου / Κράτηση θέσης / Ενημέρωση κράτησης.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (1), Εργαστήριο (2), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (GDS) ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥΣ
2	ΣΧΕΔΙΟ ΧΡΕΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ
3	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ
4	ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΟΜΗΣΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΛΟΥ
5	ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ/ΑΠΟΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ
6	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ
7	ΚΡΑΤΗΣΗ ΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Δ.1 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ (GDS) ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥΣ

Η ενότητα «Αεροπορικοί ναύλοι και έκδοση εισιτηρίων» αποτελεί συνέχεια και είναι άμεσα συνδεδεμένη με την προηγούμενη ενότητα «Εισαγωγή στους αεροπορικούς

ναύλους». Σε αυτή την πρώτη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται πώς να χρησιμοποιούν τα συστήματα κρατήσεων (GDS) και τις πολλαπλές λειτουργίες τους. Συγκεκριμένα, αποκτούν γνώσεις σχετικά με την κωδικοποίηση και αποκωδικοποίηση δεδομένων, την παρουσίαση δρομολογίων και διαθεσιμότητας, την κράτηση θέσεων και την εισαγωγή στοιχείων κράτησης. Ανακαλούν επίσης πώς να επεξεργάζονται αλλαγές και ακυρώσεις κρατήσεων, καθώς και να ενσωματώνουν επαυξημένες υπηρεσίες εξυπηρέτησης (ancillary services) στα τουριστικά πακέτα. Τα κυριότερα συστήματα GDS που χρησιμοποιούνται στην Ελλάδα είναι τα Amadeus, Sabre και Travelport (Galileo και Worldspan). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να δημιουργούν και να διαχειρίζονται PNRs (Passenger Name Records), να εκδίδουν και να επανεκδίδουν εισιτήρια, να διαχειρίζονται τιμές και φόρους και να εκτελούν αναβαθμίσεις θέσεων. Κατανοούν πώς να χρησιμοποιούν κωδικούς αεροπορικών εταιρειών και αεροδρομίων (IATA codes), πώς να αναζητούν διαθέσιμες πτήσεις και να συγκρίνουν τιμές, καθώς και πώς να χειρίζονται ειδικά αιτήματα όπως ειδικά γεύματα ή βοήθεια για άτομα με ειδικές ανάγκες. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ακρίβεια στην εισαγωγή και επεξεργασία δεδομένων, η κατανόηση των λειτουργιών των GDS και η προσαρμογή στις απαιτήσεις των πελατών. Είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση στην ανάπτυξη δεξιοτήτων διαχείρισης κρίσεων και στην κατανόηση των διαδικασιών ακύρωσης και αλλαγής κρατήσεων. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες όπως η εξάσκηση σε πραγματικά σενάρια κρατήσεων, η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένης διαχείρισης κρατήσεων και η χρήση GDS.

2.4.Α.2 | ΣΧΕΔΙΟ ΧΡΕΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις για το Σχέδιο Χρέωσης και Διακανονισμού [Bank Settlement Plan (BSP)] και τη σημασία του στη διαχείριση των αεροπορικών εισιτηρίων. Το BSP είναι ένα σύστημα που δημιουργήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών (IATA) με σκοπό την απλοποίηση των διαδικασιών τιμολόγησης και πληρωμών μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών και των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς λειτουργεί το BSP, πώς καταγράφονται οι συναλλαγές και πώς πραγματοποιούνται οι διακανονισμοί και οι πληρωμές. Επίσης, αναπτύσσουν δεξιότητες στη διαχείριση των οικονομικών συναλλαγών που σχετίζονται με την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων και τη συνεργασία με τις αεροπορικές εταιρείες. Αυτές οι γνώσεις είναι κρίσιμες για την ειδικότητά τους, καθώς η αποτελεσματική διαχείριση των πληρωμών και των διακανονισμών είναι ζωτικής σημασίας για την εύρυθμη λειτουργία των ταξιδιωτικών πρακτορείων και την ικανοποίηση των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να χειρίζονται το σύστημα BSP με ακρίβεια και αποτελεσματικότητα, διασφαλίζοντας ότι οι πληρωμές γίνονται εγκαίρως και με ασφάλεια. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση των διαδικασιών του BSP, η εξασφάλιση της ακρίβειας στις συναλλαγές και η διαχείριση τυχόν προβλημάτων που μπορεί να

προκύψουν κατά τη διάρκεια των διακανονισμών. Είναι σημαντικό να αναπτύξουν δεξιότητες ανάλυσης και επίλυσης προβλημάτων, για να μπορούν να ανταποκριθούν σε οποιεσδήποτε προκλήσεις. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτης όπως η εξάσκηση στη χρήση του συστήματος BSP μέσω προσομοιώσεων και η ανάλυση περιπτώσεων πραγματικών συναλλαγών. Επίσης, η συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια που διοργανώνονται από την IATA μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες.

2.4.Δ.3 | ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται τις βασικές διαδικασίες τιμολόγησης αεροπορικών εισιτηρίων. Αυτές περιλαμβάνουν τον υπολογισμό των ναύλων, τη χρήση συστημάτων κρατήσεων (GDS) για την τιμολόγηση και την έκδοση εισιτηρίων και την κατανόηση των διαφόρων τύπων ναύλων και προσαυξήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν πώς να κοστολογούν σκέλη πτήσεων και να διαχειρίζονται διαδοχικές πτήσεις (back to back), λαμβάνοντας υπόψη τη χωρητικότητα του αεροσκάφους και το μέγιστο βάρος απογείωσης (MTOW), καθώς και τον υπολογισμό προμηθειών και κερδών. Επιπλέον, αποκτούν γνώσεις για την εφαρμογή εκπτώσεων, φόρων και τελών και της διαχείρισης αλλαγών στις τιμές των εισιτηρίων. Εξοικειώνονται επίσης με τη διαδικασία έκδοσης εισιτηρίων για πολύπλοκες διαδρομές με ενδιάμεσες στάσεις, την αντιμετώπιση υπεράριθμων κρατήσεων (overbooking) και τη διαχείριση επιστροφών χρημάτων σε περιπτώσεις ακυρώσεων. Σημαντικά σημεία περιλαμβάνουν την ακρίβεια στους υπολογισμούς, την κατανόηση των διαφόρων κατηγοριών ναύλων και προσαυξήσεων και την ικανότητα διαχείρισης ειδικών περιπτώσεων όπως οι ναύλοι για ομάδες ή για βρέφη και παιδιά. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να κατανοούν πώς οι αλλαγές στις τιμές των καυσίμων, οι φόροι και άλλες εξωτερικές παράμετροι επηρεάζουν τις τιμές των εισιτηρίων, καθώς και τις πολιτικές ακύρωσης και αλλαγής εισιτηρίων που επιβάλλονται από τις αεροπορικές εταιρείες. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτης όπως η εξάσκηση με συστήματα κρατήσεων (GDS), η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων τιμολόγησης και η παρακολούθηση σεμιναρίων από επαγγελματίες του κλάδου.

2.4.Δ.4 | ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΔΟΜΗΣΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΛΟΥ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές της κατασκευής αεροπορικού ναύλου. Αυτές οι αρχές περιλαμβάνουν τη γνώση των διαφόρων κατηγοριών ναύλων, όπως οι κανονικοί ναύλοι, οι εκπαιδευτικοί ναύλοι και οι ειδικοί ναύλοι. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να υπολογίζουν τους ναύλους με βάση την απόσταση, τη διάρκεια πτήσης, τη διαθεσιμότητα θέσεων και τις συνθήκες αγοράς. Συγκεκριμένα, διδάσκονται πώς να αναγνωρίζουν τα σημεία δόμησης του ναύλου (FCP), να ζητούν την Ουδέτερη Μονάδα Κατασκευής (NUC) από την προέλευση στον προορισμό με βάση τους Γενικούς Κανόνες (GI), τον

τύπο του ναύλου και τον κωδικό του μεταφορέα και να ακολουθούν τον κανόνα και τον έλεγχο για συγκεκριμένες διαδρομές (RULE). Επιπλέον, αναγνωρίζουν να σημειώνουν τη Μέγιστη Επιτρεπόμενη Απόσταση σε Μίλια (MPM) και να προσθέτουν τις Διανυθείσες Αποστάσεις σε Μίλια (TPM), συγκρίνοντάς τις με την MPM. Επίσης, κατανοούν πώς να προσδιορίζουν την Επιπλέον Επιβάρυνση για τις Αποστάσεις σε Μίλια (EMS) και πώς να ελέγχουν για έναν υψηλότερο ναύλο Υψηλότερου Ενδιάμεσου Σημείου (HIP). Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται στη χρήση του τύπου Backhaul (BHC) και του ελέγχου Directional Minimum Check (DMC), κατανοώντας πώς να εφαρμόζουν την Τιμή Συναλλάγματος της IATA (IROE) και να στρογγυλοποιούν τον Ναύλο Εθνικού Νομίσματος (LCF) για την τελική τιμολόγηση. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνεται η εξάσκηση στη χρήση συστημάτων κρατήσεων (GDS) για τον υπολογισμό ναύλων ή η εκτέλεση χειρόγραφων ασκήσεων υπολογισμού, ώστε να ενισχυθούν οι πρακτικές δεξιότητες των εκπαιδευομένων.

2.4.Δ.5 | ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ/ΑΠΟΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τη διαδικασία κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης σε συστήματα κρατήσεων (GDS). Η κωδικοποίηση περιλαμβάνει τη μετατροπή πληροφοριών σε κωδικούς που χρησιμοποιούνται στα GDS, όπως οι κωδικοί αεροπορικών εταιρειών (π.χ. AA για την American Airlines), αεροδρομίων (π.χ. JFK για το John F. Kennedy International Airport), πόλεων (π.χ. NYC για τη Νέα Υόρκη), τύπων αεροσκαφών (π.χ. 738 για το Boeing 737-800), χωρών (π.χ. US για τις Ηνωμένες Πολιτείες) και τη διαφορά ώρας (π.χ. GMT+2 για την Αθήνα). Η αποκωδικοποίηση, αντίθετα, περιλαμβάνει την ερμηνεία αυτών των κωδικών για να κατανοηθούν οι πληροφορίες που αντιπροσωπεύουν. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να κωδικοποιούν και να αποκωδικοποιούν δεδομένα, χρησιμοποιώντας τα GDS, όπως τα Amadeus, Sabre και Travelport (Galileo και Worldspan), που είναι τα κυριότερα συστήματα στην Ελλάδα. Αυτό τους επιτρέπει να εισάγουν και να ανακτούν πληροφορίες με ακρίβεια και ταχύτητα, διασφαλίζοντας ότι οι κρατήσεις γίνονται σωστά και οι πληροφορίες είναι σωστές. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται να διαχειρίζονται πληροφορίες όπως ο ελάχιστος χρόνος ανταπόκρισης πτήσεων (Minimum Connection Time), να χρησιμοποιούν το σύστημα Timatic για να ελέγχουν απαιτήσεις βίζας και θέματα υγείας και να παρέχουν γενικές πληροφορίες ταξιδιού στους πελάτες. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση των διαφόρων τύπων κωδικών, η εξοικείωση με τους κανόνες κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης και η ακρίβεια στην εισαγωγή και ανάκτηση δεδομένων. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτης όπως η εξάσκηση σε πραγματικά σενάρια κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης, όπως η εισαγωγή ενός νέου δρομολογίου πτήσης στο σύστημα και η χρήση του Timatic για τον έλεγχο απαιτήσεων βίζας και υγειονομικών πρωτοκόλλων.

2.4.Δ.6 | ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να παρουσιάζουν δρομολόγια και διαθεσιμότητα χρησιμοποιώντας τα συστήματα κρατήσεων (GDS). Η παρουσίαση δρομολογίων περιλαμβάνει την προβολή των διαθέσιμων πτήσεων για συγκεκριμένες ημερομηνίες και διαδρομές, ενώ η παρουσίαση διαθεσιμότητας περιλαμβάνει τον έλεγχο της διαθεσιμότητας θέσεων σε αυτές τις πτήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη διαδικασία αναζήτησης και προβολής δρομολογίων στα κύρια συστήματα GDS που χρησιμοποιούνται στην Ελλάδα, όπως τα Amadeus, Sabre και Travelport (Galileo και Worldspan). Μαθαίνουν πώς να χρησιμοποιούν φίλτρα για να βρουν τις καλύτερες επιλογές πτήσεων με βάση τις ανάγκες των πελατών, όπως απευθείας πτήσεις (non-stop), πτήσεις με στάσεις (direct flights with stops) και πτήσεις με συνδέσεις (connecting flights) ταξινομημένες κατά συνολική διάρκεια πτήσης (elapsed flight time). Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ακρίβεια στην αναζήτηση και την παρουσίαση των δρομολογίων, η κατανόηση των κριτηρίων διαθεσιμότητας και η δυνατότητα να εξηγούν στους πελάτες τις επιλογές τους με σαφήνεια. Είναι επίσης σημαντικό να μπορούν να διαχειρίζονται τις αλλαγές στις διαθεσιμότητες και να προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις σε περιπτώσεις που οι αρχικές επιλογές δεν είναι διαθέσιμες. Επιπλέον, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να ελέγχουν τη διαθεσιμότητα πτήσεων και θέσεων μέσα από το σύστημα της αεροπορικής εταιρείας, να ζητούν θέσεις σε λίστα αναμονής (waitlist) και να αντλούν πληροφορίες πτήσης, όπως την ακριβή ώρα αναχώρησης και άφιξης, τις τυχόν καθυστερήσεις και τις παρεχόμενες υπηρεσίες εν πτήση. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες όπως η εξάσκηση στη χρήση των GDS για την αναζήτηση και παρουσίαση δρομολογίων.

2.4.Δ.7 | ΚΡΑΤΗΣΗ ΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σε αυτή τη μαθησιακή υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να πραγματοποιούν κρατήσεις θέσεων και να ενημερώνουν τα συστήματα κρατήσεων (GDS). Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την εισαγωγή των στοιχείων των επιβατών, την επιλογή των κατάλληλων πτήσεων και την επιβεβαίωση της κράτησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν τα κύρια συστήματα GDS, όπως τα Amadeus, Sabre και Travelport (Galileo και Worldspan), για να διαχειρίζονται τις κρατήσεις με ακρίβεια και αποτελεσματικότητα. Οι δεξιότητες που αναπτύσσουν περιλαμβάνουν τη δημιουργία κράτησης (PNR creation), τη δημιουργία δρομολογίου χρησιμοποιώντας το Availability και τις εντολές πώλησης, την αποθήκευση, ακύρωση και αναζήτηση κρατήσεων, καθώς και την ακύρωση και επανακράτηση. Επίσης, αναγνωρίζουν με ποιον τρόπο να κάνουν ενημερώσεις κράτησης (PNR updates) και να εκτυπώνουν το δρομολόγιο της κράτησης. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ακρίβεια στην εισαγωγή των στοιχείων των επιβατών, η κατανόηση των πολιτικών των αε-

ροπορικών εταιρειών σχετικά με τις κρατήσεις και η ικανότητα διαχείρισης αλλαγών και ακυρώσεων. Είναι επίσης σημαντικό να αναπτύξουν δεξιότητες επικοινωνίας, για να μπορούν να ενημερώνουν τους πελάτες για τις λεπτομέρειες των κρατήσεων τους και να αντιμετωπίζουν τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτης όπως η εξάσκηση στη χρήση των GDS για την πραγματοποίηση και τροποποίηση κρατήσεων, η ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων κρατήσεων και η συμμετοχή σε σεμινάρια που εστιάζονται στη διαχείριση κρατήσεων και την επικοινωνία με πελάτες. Αυτές οι δραστηριότητες βοηθούν τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την αποτελεσματική διαχείριση των κρατήσεων στον τουριστικό τομέα.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Γαλίτης, Γ. (2003). *Αεροπορικοί ναύλοι. Ticketing*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Κατσώνη, Β. (2006). *Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό: από τα CRSs στα GDSs*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Cook, G. N. & Billig, B. G. (2017). *Airline operations and management: a management textbook*. London: Routledge.
 2. Belobaba, P., Odoni, A. & Barnhart, C. (eds.). (2015). *The global airline industry*. Hoboken: Εκδόσεις Wiley.
 3. Kumar, B., De Remer, D. & Marshall, D. M. (2005). *An illustrated dictionary of aviation*. New York: McGraw-Hill.
 4. Crocker, D. (1999). *Dictionary of aviation* (2nd edition). London: Black.
- Ανακτήθηκε από: <https://www.theairlinepilots.com/forumarchive/aviation-regulations/aviationdictionary.pdf>

2.4.E • ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι η εισαγωγή στην έννοια και στο περιβάλλον του ψηφιακού μάρκετινγκ και των πωλήσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες σχετικά με τις σωστές διαδικασίες πώλησης στον τουρισμό μέσω του διαδικτύου, με έμφαση στα τουριστικά γραφεία. Παρουσιάζονται επιμέρους θέματα που άπτονται των διαδικτυακών πωλήσεων, όπως είναι η διανομή και η τιμολόγηση του τουριστικού προϊόντος και οι ιδιαιτερότητες της ψηφιακής διάστασης του μάρκετινγκ στο σύγχρονο περιβάλλον του

τουρισμού. Αναφέρονται τα σχετικά εργαλεία –όπως η διαδικτυακή παρουσία, η λειτουργία των ιστοτόπων, η online διαφήμιση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης– ως μέσα προώθησης μιας τουριστικής επιχείρησης.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Αναγνωρίζουν τις λειτουργίες του ψηφιακού μάρκετινγκ βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών,
- Διακρίνουν τη σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ στο σύγχρονο περιβάλλον του τουριστικού τομέα,
- Περιγράφουν τα εργαλεία και τις τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ όσον αφορά τη διαδικτυακή παρουσία της τουριστικής επιχείρησης στον χώρο που αναπτύσσεται,
- Εφαρμόζουν στρατηγικές διαχείρισης της διαδικτυακής παρουσίας μιας τουριστικής επιχείρησης με γνώμονα την αύξηση της κερδοφορίας της και της αναγνωρισιμότητάς της,
- Πραγματοποιούν πωλήσεις μέσω διαδικτύου βάσει των αρχών της αποτελεσματικής πώλησης,
- Αναγνωρίζουν μοντέλα συμπεριφοράς του καταναλωτή (τουρίστα/-τριας) ως προς τη λήψη της αγοραστικής απόφασης σε ψηφιακό/διαδικτυακό περιβάλλον,
- Παροτρύνουν τον αποτελεσματικό και λεπτομερή σχεδιασμό της διαδικτυακής παρουσίας μιας τουριστικής επιχείρησης,
- Υιοθετούν πρακτικές ψηφιακού μάρκετινγκ που προωθούν τον υγιή ανταγωνισμό των τουριστικών επιχειρήσεων,
- Υιοθετήσουν τις βασικές αρχές της διαδικτυακής διαφήμισης,
- Διατυπώνουν τις βασικές αρχές του μάρκετινγκ συνεργασιών (affiliate marketing),
- Διατυπώνουν τις αρχές της βελτιστοποίησης των αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης (Search Engine Optimization-SEO) και του μάρκετινγκ με εφαρμογή στις μηχανές αναζήτησης (Search Engine Marketing-SEM).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ψηφιακό μάρκετινγκ / SEO-Search Engine Optimization (Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης) / Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης / Mobile marketing / Διαφήμιση Αναζήτησης (Search Advertising) / Google AdWords / Πληρωμή ανά Κλικ (Pay Per Click-PPC) / Remarketing / GDPR (Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων) / Αναλυτική Διαδικτύου (Web Analytics).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
2	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
3	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
4	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
5	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
6	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
7	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩ ΣΥΣΚΕΥΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ
8	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ
9	ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
10	ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.E.1 | ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει την εξέλιξη του Διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, από την αρχική τους μορφή μέχρι την πιο πρόσφατη εκδοχή τους. Εξετάζει τη σημασία της ψηφιακής κοινωνίας και της ψηφιακής ιδιότητας του πολίτη, καθώς και την έννοια των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και την κοινωνική τους φύση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τις κοινότητες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, την εξέλιξή τους, την κατηγοριοποίηση και τα χαρακτηριστικά τους. Επιπλέον, αναλύεται η χρήση και τα εργαλεία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι μεγάλης σημασίας για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση της λειτουργίας και της επιρροής των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ, να βελτιώνουν την παρουσία της επιχείρησης στο Διαδίκτυο και να ενισχύουν την αναγνωρισιμότητα και την κερδοφορία της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των διαφορών μεταξύ των διαφόρων εκδόσεων του Διαδικτύου, καθώς και στην κοινωνική φύση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Κρίνεται, επίσης, σκόπιμο να αναγνωρίσουν πως η ψηφιακή κοινωνία επηρεάζει τη συμπεριφορά των καταναλωτών και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες ή έργα που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και τη διαχείριση λογαριασμών σε διάφορα Μέσα

Κοινωνικής Δικτύωσης. Επιπλέον, προτείνεται η συμμετοχή τους σε ομαδικές εργασίες που επικεντρώνονται στην επίδειξη εργαλείων ανάλυσης και στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ.

2.4.E.2 | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ

Η υποεπένδυση παρουσιάζει την έννοια του ηλεκτρονικού επιχειρείν και την ψηφιακή οικονομία. Εξετάζει τις προκλήσεις του ψηφιακού περιβάλλοντος και τις εφαρμογές της Οικονομίας 4.0, καθώς και την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τη συμπεριφορά των ψηφιακών καταναλωτών, την τμηματοποίηση της αγοράς και τα κίνητρα συμμετοχής σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης, αναλύεται η θετική κοινωνική δημιουργία αξίας μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων και προγραμμάτων πιστότητας. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι ουσιαστικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση των προκλήσεων και των ευκαιριών της ψηφιακής οικονομίας θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν δεξιότητες διαμόρφωσης στρατηγικών ηλεκτρονικού επιχειρείν που βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησής τους. Επίσης, η αντίληψη της συμπεριφοράς των ψηφιακών καταναλωτών ενισχύει τις προσπάθειές τους να προσαρμόζουν τις προσφορές τους στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην αφομοίωση των προκλήσεων του ψηφιακού περιβάλλοντος και των εφαρμογών της Οικονομίας 4.0. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών και πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε ομαδικές συζητήσεις και εργασίες που επικεντρώνονται στην ανάπτυξη στρατηγικών ηλεκτρονικού επιχειρείν και στην ανάλυση της συμπεριφοράς των ψηφιακών καταναλωτών. Επίσης, προτείνεται η μελέτη περιπτώσεων επιτυχημένων ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και η συμμετοχή σε έργα που περιλαμβάνουν τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την ανάπτυξη και τη διατήρηση πελατειακών σχέσεων.

2.4.E.3 | ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η υποεπένδυση παρουσιάζει την έννοια και τις βασικές αρχές του ψηφιακού μάρκετινγκ. Εξετάζει τους ορισμούς του ψηφιακού μάρκετινγκ, τις μεθόδους του και τη σχέση του με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν για τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα είδη του και τους παράγοντες που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις. Επιπλέον, αναλύεται η καταναλωτική συμπεριφορά στο ψηφιακό περιβάλλον, η εμπιστοσύνη των καταναλωτών και η ποιότητα των υπηρεσιών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι απαραίτητες για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση των αρχών του ψη-

ψηφιακού μάρκετινγκ θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν δεξιότητες εφαρμογής αποτελεσματικών στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η εξοικείωση με το ηλεκτρονικό εμπόριο και την καταναλωτική συμπεριφορά ενισχύει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της κερδοφορίας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στην κατανόηση των διαφόρων μεθόδων ψηφιακού μάρκετινγκ και των πλεονεκτημάτων του ηλεκτρονικού εμπορίου. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου από τις επιχειρήσεις και πώς μπορούν να εφαρμοστούν στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ για τη βελτίωση της ψηφιακής παρουσίας της τουριστικής επιχείρησης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε εργασίες που περιλαμβάνουν την ανάπτυξη και τη διαχείριση ψηφιακών καμπανιών μάρκετινγκ. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ και η χρήση εργαλείων μέτρησης της αποτελεσματικότητας των ψηφιακών καμπανιών.

2.4.E.4 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ, περιλαμβάνοντας τις μεθόδους ανάπτυξης και προβολής. Εξετάζονται οι τύποι online διαφήμισης και αναλύονται οι διαδικτυακές δημόσιες σχέσεις, η προώθηση πωλήσεων και το συνεργατικό μάρκετινγκ (affiliate marketing). Επίσης, αναπτύσσονται η έννοια και οι στρατηγικές του ιογενούς μάρκετινγκ (viral marketing) και οι τεχνικές ανάπτυξης email καμπανιών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι καίριες για την εφαρμογή πρακτικών ψηφιακού μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και εφαρμογή των διαφόρων τεχνικών ψηφιακού μάρκετινγκ θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να δημιουργήσουν αποδοτικές καμπάνιες προώθησης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η εξοικείωση με τις online διαφημιστικές τεχνικές και τις μεθόδους συνεργατικού και ιογενούς μάρκετινγκ ενισχύει την αύξηση της προβολής και της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των διαφόρων τύπων online διαφήμισης και των στρατηγικών ανάπτυξης email καμπανιών. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις τεχνικές συνεργατικού και ιογενούς μάρκετινγκ για τη δημιουργία αποτελεσματικών καμπανιών που ενισχύουν την παρουσία της τουριστικής επιχείρησης στο Διαδίκτυο. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και τη διαχείριση καμπανιών online διαφήμισης και email marketing. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων καμπανιών συνεργατικού και ιογενούς μάρκετινγκ και η συμμετοχή σε συζητήσεις και ομαδικές εργασίες που επικεντρώνονται στη χρήση εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ.

2.4.E.5 | ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια του μάρκετινγκ μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τη σχέση του με το ψηφιακό μάρκετινγκ. Εξετάζει πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφοροποιούν τις παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ και αντικαθιστούν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης στη δημιουργία εμπορικού σήματος. Επιπλέον, αναλύονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλεία μάρκετινγκ και η σημασία τους στην προώθηση εμπορικών επωνυμιών μέσω στρατηγικών και πρακτικών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι απαραίτητες για την εφαρμογή πρακτικών μάρκετινγκ στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείων μάρκετινγκ τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες δημιουργίας αποδοτικών καμπανιών προώθησης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η εξοικείωση με τις στρατηγικές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενισχύει την αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των διαφορών μεταξύ των παραδοσιακών μεθόδων μάρκετινγκ και των στρατηγικών που χρησιμοποιούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κρίνεται σκόπιμο να αναγνωρίσουν πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τη δημιουργία αποτελεσματικών καμπανιών που θα ενισχύσουν την παρουσία της τουριστικής επιχείρησης στο Διαδίκτυο. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες που περιλαμβάνουν την παρουσίαση καμπανιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων καμπανιών μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η συμμετοχή σε εργαστήρια που εστιάζονται στη χρήση εργαλείων μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων.

2.4.E.6 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις στρατηγικές και τεχνικές μάρκετινγκ που εφαρμόζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εξετάζονται τα συστήματα ταξινόμησης των κοινωνικών μέσων και η σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις στρατηγικές των εμπορικών επωνυμιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν να επιλέγουν το κατάλληλο μέσο για τη στρατηγική τους, να δημιουργούν ενδιαφέρον περιεχόμενο και να χρησιμοποιούν τεχνικές άμεσου και ιογενούς μάρκετινγκ για τη βέλτιστη προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι κρίσιμες για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή των τεχνικών μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες αποτελεσματικής στρατηγικής προώθησης για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Η εξοικείωση με τις στρατηγικές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλει στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη σωστή επιλογή του μέσου κοι-

νωνικής δικτύωσης και στη δημιουργία ενδιαφέροντος και ελκυστικού περιεχομένου. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τις διαφορές μεταξύ των διαφόρων στρατηγικών και να κατανοήσουν πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις τεχνικές άμεσου και ιογενούς μάρκετινγκ για την επίτευξη των στόχων τους. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και τη διαχείριση καμπανιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων στρατηγικών μάρκετινγκ στα κοινωνικά μέσα.

2.4.E.7 | ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΩ ΣΥΣΚΕΥΩΝ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει την έννοια και τα χαρακτηριστικά του μάρκετινγκ μέσω συσκευών κινητής τηλεφωνίας (mobile marketing), εξετάζοντας τις mobile υπηρεσίες και τα εργαλεία του mobile marketing. Αναλύεται η υιοθέτηση της καινοτομίας από τις επιχειρήσεις και πώς το mobile marketing χτίζει σχέσεις με τους πελάτες. Επίσης, εξετάζονται οι φορείς και οι φάσεις που εμπλέκονται στο mobile marketing, η διαδικασία του mobile marketing και οι καταναλωτικές συμπεριφορές απέναντι σε mobile διαφημίσεις και μηνύματα. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι ουσιαστικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή των τεχνικών του mobile marketing τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες για τη διαμόρφωση αποτελεσματικών στρατηγικών προώθησης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω κινητών συσκευών. Η εξοικείωση με τις mobile υπηρεσίες και τις τεχνικές ενισχύει την αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των mobile υπηρεσιών και των εργαλείων του mobile marketing. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις τεχνικές mobile marketing για τη δημιουργία αποτελεσματικών καμπανιών που θα ενισχύσουν την παρουσία της τουριστικής επιχείρησης στις κινητές συσκευές. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε εργασίες που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και τη διαχείριση καμπανιών mobile marketing. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων στρατηγικών mobile marketing και η συμμετοχή σε εργαστήρια που επικεντρώνονται στη χρήση εργαλείων mobile marketing.

2.4.E.8 | ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές και πρακτικές για τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη μιας διαδικτυακής παρουσίας, περιλαμβάνοντας τον σχεδιασμό ιστοσελίδας (web design), την ανάπτυξη ιστοτόπου και τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου (web development & content management systems). Εξετάζονται οι τεχνικές βελτιστοποίησης για μηχανές αναζήτησης (SEO), οι παράγοντες on-page και off-page και οι στρατηγικές φιλικού περιεχομένου για μηχανές αναζήτησης. Επίσης, ανα-

λύεται η διαφήμιση αναζήτησης (search advertising), η χρήση του Google AdWords και οι τεχνικές remarketing. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι ουσιαστικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή των τεχνικών SEO τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν τις απαραίτητες δεξιότητες για να βελτιώνουν την «ορατότητα» της τουριστικής επιχείρησης στις μηχανές αναζήτησης. Η εξοικείωση με τις τεχνικές διαφήμισης αναζήτησης και την Πληρωμή ανά Κλικ (Pay Per Click-PPC) ενισχύει την αύξηση της προβολής και της κερδοφορίας της επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των παραγόντων βελτιστοποίησης για μηχανές αναζήτησης, τόσο on-page όσο και off-page. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τις διαφορές μεταξύ των διαφόρων στρατηγικών SEO και πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις τεχνικές PPC για τη δημιουργία αποτελεσματικών καμπανιών διαφήμισης αναζήτησης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες που περιλαμβάνουν τη δημιουργία και τη διαχείριση ιστοτόπων, την εφαρμογή στρατηγικών SEO και τη δημιουργία καμπανιών PPC. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων επιτυχημένων στρατηγικών SEO και PPC και η συμμετοχή σε εργαστήρια που επικεντρώνονται στη χρήση εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ και βελτιστοποίησης για μηχανές αναζήτησης.

2.4.E.9 | ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η υποενοότητα παρουσιάζει την αναλυτική του διαδικτύου και του ψηφιακού μάρκετινγκ, εστιάζοντας στη μέτρηση της διαδικτυακής απόδοσης. Αναλύονται θέματα όπως η δημιουργία buyer personas, η αναγνώριση στόχων και δεικτών μέτρησης απόδοσης και η επιλογή και αξιολόγηση καναλιών επικοινωνίας. Επίσης, παρουσιάζονται τα εργαλεία monitoring & reporting, οι στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, οι μετρικές (metrics) και οι δείκτες επίδοσης για την αναλυτική διαδικτύου και κοινωνικών μέσων. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι ουσιαστικές για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή των τεχνικών αναλυτικής του ψηφιακού μάρκετινγκ τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες για να βελτιστοποιούν τις στρατηγικές μάρκετινγκ τους και να αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των καμπανιών τους. Η εξοικείωση με τα εργαλεία και τις τεχνικές μέτρησης της διαδικτυακής απόδοσης ενισχύει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της κερδοφορίας της τουριστικής επιχείρησης. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των μετρικών και δεικτών επίδοσης και πώς αυτά τα εργαλεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση των στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τις διαφορές μεταξύ των διαφόρων εργαλείων αναλυτικής και πώς μπορούν να εφαρμοστούν για τη μέτρηση της διαδικτυακής απόδοσης. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε πρακτικές εργασίες που περιλαμβάνουν τη χρήση εργαλείων αναλυτικής του ψηφιακού μάρκετινγκ

και τη δημιουργία αναφορών απόδοσης. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση πετυχημένων περιπτώσεων αναλυτικής και η συμμετοχή σε εργαστήρια που επικεντρώνονται στη χρήση εργαλείων monitoring & reporting.

2.4.E.10 | ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η υποενότητα παρουσιάζει τις βασικές αρχές και απαιτήσεις του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (General Data Protection Regulation, GDPR) και τη σημασία της συμμόρφωσης για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ψηφιακό μάρκετινγκ. Εξετάζονται τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων και τα βήματα για τη συμμόρφωση στον κανονισμό GDPR, περιλαμβάνοντας τη σημασία του ρόλου του υπευθύνου προστασίας δεδομένων (Data Protection Officer, DPO) και τις διαδικασίες ασφάλειας των δεδομένων. Οι γνώσεις που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι κρίσιμες για την άσκηση της ειδικότητάς τους στον τομέα του τουρισμού, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή των κανονισμών GDPR τούς επιτρέπει να αναπτύσσουν δεξιότητες για να διαχειρίζονται σωστά τα προσωπικά δεδομένα των πελατών και να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση της τουριστικής επιχείρησης με τις νομικές απαιτήσεις. Η εξοικείωση με τις διαδικασίες ασφάλειας των δεδομένων συντελεί στην αποφυγή παραβιάσεων και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των πελατών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες προτείνεται να εστιάσουν στη λεπτομερή κατανόηση των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων και των υποχρεώσεων της επιχείρησης σύμφωνα με το GDPR. Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουν τις διαδικασίες συμμόρφωσης και τον ρόλο του υπευθύνου προστασίας δεδομένων (DPO) στη διασφάλιση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Για την ενίσχυση της μαθησιακής τους εμπειρίας, ενδείκνυται η συμμετοχή σε εργαστήρια που επικεντρώνονται στη συμμόρφωση με το GDPR και τη διαχείριση προσωπικών δεδομένων. Επιπλέον, προτείνεται η ανάλυση περιπτώσεων παραβίασης δεδομένων και η μελέτη των βημάτων που ελήφθησαν για την αποκατάσταση και την αποφυγή μελλοντικών παραβιάσεων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: από τη θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
2. Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. Hoboken: Wiley.

Συμπληρωματικές

1. Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ. Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>
2. Jones, A. T., Malczyk, A. & Beneke, J. (2011). *Internet marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing*. Cape Town: University of Cape Town.

2.4.ΣΤ • ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι η απόκτηση γνώσης αναφορικά με τον τρόπο διαχείρισης των κρίσεων που προκύπτουν στον τουριστικό κλάδο, καθώς και των σχετικών προκλήσεων. Παρουσιάζονται αναλυτικά τα στάδια στη διαχείριση μιας κρίσης, ανεξάρτητα από το μέγεθός της, τα οποία ξεκινούν από τη μείωση των επιπτώσεων και φτάνουν μέχρι την ανάκαμψη. Αναλύονται οι κυριότερες κρίσεις με τις οποίες έρχονται αντιμέτωπες οι τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και οι κρίσεις που έχει ήδη υποστεί ο κλάδος τις τελευταίες δεκαετίες. Αναλύονται τεχνικές πρόληψης κρίσεων, ανάλυσης κινδύνου, καθώς και διαδικασίες σχεδιασμού ομάδων αντιμετώπισης κρίσεων στο επιχειρηματικό επίπεδο, αλλά και σε επίπεδο προορισμού. Αναλύονται μέθοδοι και στρατηγικές: α) προληπτικών δράσεων αντιμετώπισης κρίσεων (Proactive Crisis Management), β) προληπτικής επικοινωνίας των μέτρων αντιμετώπισης μιας κρίσης (Proactive Crisis Communication), γ) διαχείρισης κρίσεων σε εξέλιξη (Reactive Crisis Management) και δ) επικοινωνίας των μέτρων αντιμετώπισης μιας κρίσης κατά τη διάρκειά της.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί/-ές να:

- Αναφέρουν όλα τα στάδια για την αντιμετώπιση κρίσεων,
- Κάνουν ανασκόπηση στις κρίσεις των τελευταίων δεκαετιών που έχει υποστεί ο τουριστικός κλάδος και στα σχετικά συμπεράσματα που έχουν εξαχθεί από τη διαχείρισή τους σε παγκόσμιο επίπεδο,

- Αναγνωρίζουν τη σημασία του σχεδιασμού και της δημιουργίας ομάδων αντιμετώπισης κρίσεων σε επίπεδο μεμονωμένης επιχείρησης, αλλά και σε επίπεδο προορισμού,
- Κρίνουν το μέγεθος μιας ενδοεπιχειρησιακής κρίσης με άμεσο και αποτελεσματικό τρόπο,
- Διαχειρίζονται πιεστικές καταστάσεις κατά τη διάρκεια μιας κρίσης, στοχεύοντας στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων κατά το δυνατόν,
- Προβλέπουν πιθανούς κινδύνους κατά τη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης,
- Αντιδρούν με αποτελεσματικό τρόπο στις προκλήσεις μιας κρίσης ώστε να επιτευχθεί το συντομότερο δυνατό η ανάκαμψη,
- Αξιολογούν την αποτελεσματικότητα της διαχείρισης μιας κρίσης,
- Υιοθετούν πρακτικές πρόβλεψης και πρόληψης πιθανών κρίσεων,
- Αναλύουν τα καθήκοντα του/της εκπροσώπου τύπου (Spokesperson) μιας τουριστικής επιχείρησης ή ενός τουριστικού οργανισμού,
- Αποδέχονται τις αρχές ορθής διαχείρισης των σχέσεων μιας τουριστικής επιχείρησης ή ενός τουριστικού οργανισμού με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατά την περίοδο κρίσης,
- Περιγράφουν τα βήματα εκκένωσης ενός χώρου σε περίπτωση κρίσης, (π.χ. πυρκαγιάς, σεισμού κ.ά.).

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Διαχείριση κρίσεων / Κύκλος διαχείρισης κρίσεων / Υπολογισμός κινδύνου / Φυσικές καταστροφές / Στρατηγικές διαχείρισης κρίσεων / Μοντέλα διαχείρισης κρίσεων / Ομάδα Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) / Προληπτικές δράσεις αντιμετώπισης κρίσεων (Proactive Crisis Management) / Προληπτική επικοινωνία των μέτρων αντιμετώπισης μιας κρίσης (Proactive Crisis Communication) / Διαχείριση κρίσεων σε εξέλιξη (Reactive Crisis Management).

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών εννοιών σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ
2	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ
3	ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ
4	ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ
5	ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ
6	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ
7	ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

2.4.ΣΤ.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

Απρόβλεπτα αρνητικά γεγονότα θέτουν μια άνευ προηγουμένου πρόκληση για τον τουρισμό, καθώς μπορούν να διαταράξουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες ή να προκαλέσουν σοβαρές επιπτώσεις σε τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς. Για τον σκοπό αυτό, η υποενότητα «Εισαγωγή στη διαχείριση κρίσεων» θέτει τα θεμέλια για την καλύτερη κατανόηση των εννοιολογικών και θεωρητικών χαρακτηριστικών της διαχείρισης κρίσεων στον χώρο του τουρισμού και της ταξιδιωτικής βιομηχανίας. Ειδικότερα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, μετά την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης υποενότητας, είναι σε θέση να ορίζουν την έννοια της κρίσης, να κατηγοριοποιούν τα διάφορα είδη συμβάντων (π.χ. περιβαλλοντικά, κοινωνικά-πολιτικά, συμβάντα τα οποία σχετίζονται με την υγεία κ.ά.) και να ταξινομούν μια κρίση ανάλογα με την κλίμακα ή το μέγεθός της. Παρότι το αντικείμενο μελέτης είναι θεωρητικό, σε αυτή την υποενότητα είναι σημαντικό να αξιοποιηθεί ο διδακτικός χρόνος και να ζητηθεί από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες να αφηγηθούν και να απαριθμήσουν γεγονότα των τελευταίων χρόνων, τα οποία έθεσαν σε κίνδυνο την ασφάλεια των ταξιδιωτών, των τουριστικών επιχειρήσεων ή των προορισμών. Ως τέτοια γεγονότα μπορούν να αναφερθούν οι επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, οι βομβιστικές επιθέσεις στο Μπαλί το 2002, το ξέσπασμα του Σοβαρού Οξέος Αναπνευστικού Συνδρόμου (SARS), ο πόλεμος στο Ιράκ το 2003, οι βομβιστικές επιθέσεις στη Μαδρίτη (2004) και στο Λονδίνο (2005), η παγκόσμια οικονομική κρίση (2009), η κατάρρευση της Thomas Cook (2019), η πανδημία του Covid-19 (2019), ο ρωσο-ουκρανικός πόλεμος (2022). Με τον τρόπο αυτόν διασφαλίζεται αφενός ότι οι εκπαιδευόμενοι/-ες γνωρίζουν εμβληματικά γεγονότα τα οποία προκάλεσαν κρίση στον χώρο του τουρισμού, ενώ παράλληλα ωθούνται να προβληματιστούν και να αξιολογήσουν στη συνέχεια τις τυχόν συνέπειες αυτών στο τουριστικό οικοσύστημα.

2.4.ΣΤ.2 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Στην υποενότητα αυτή, εξετάζεται η ανάλυση και η διαχείριση του κινδύνου μιας κρίσης και υπολογίζονται οι απειλές ή οι αρνητικές συνέπειες που μπορεί να έχει για την επιχείρηση ή τον προορισμό. Ειδικότερα, σε πρώτο στάδιο ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναλύει τους πιθανούς κινδύνους και τις απειλές, τις οποίες αντιμετωπίζει μια τουριστική επιχείρηση ή προορισμός, οι οποίοι μπορεί να είναι αποτέλεσμα τόσο εξωτερικών όσο και εσωτερικών παραγόντων. Έπειτα, επιχειρείται μια κατηγοριοποίηση των κινδύνων σε περιβαλλοντικούς (π.χ. σεισμοί, πλημμύρες, πυρκαγιές), σε κινδύνους, οι οποίοι σχετίζονται με κοινωνικά/πολιτικά γεγονότα (τρομοκρατία, εγκληματικότητα, πόλεμος κ.ά.), χρηματοοικονομικούς (π.χ. δημοσιονομική κρίση), σε κινδύνους, οι οποίοι σχετίζονται με την υγεία (π.χ. Covid-19), αλλά και κινδύνους, οι οποίοι σχετίζονται με τεχνολογικά συμβάντα (π.χ. αστοχία συστημάτων, ατύχημα μέσου

μεταφοράς κ.ά.). Στη συνέχεια, εάν οι πηγές κινδύνου είναι πολλές και η ταυτόχρονη αντιμετώπισή τους καθίσταται δυσχερής, οι εκπαιδευόμενοι/-ες, λαμβάνοντας υπόψη τις συνέπειες καθενός από τους κινδύνους, όπως αυτοί είναι κατηγοριοποιημένοι, ενθαρρύνονται να τους εκτιμήσουν και να τους αξιολογήσουν ποιοτικά και ποσοτικά με μια βαθμολογία. Αυτή η βαθμολογία, η οποία αποκαλείται «ειδικό βάρος», μπορεί να είναι όσο απλή και ακριβής επιθυμεί η ομάδα των εκπαιδευομένων (π.χ. Μεγάλη = 3, Μεσαία = 2, Μικρή = 1). Με την εξοικείωση με αυτή την τεχνική υπολογισμού, οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σε θέση να εντοπίζουν ποιους κινδύνους θα διαχειριστούν κατά προτεραιότητα. Στο πλαίσιο αυτό, για να αποκτηθούν δεξιότητες, προτείνεται να αξιοποιηθούν εκπαιδευτικές τεχνικές οι οποίες ενθαρρύνουν τον δημιουργικό και αυθεντικό τρόπο σκέψης, όπως ο καταιγισμός ιδεών (brainstorming), προκειμένου να καταγραφούν όσο το δυνατόν καθαρότερα όλες οι υποθέσεις και ιδέες σχετικά με αυτό το θέμα.

2.4.ΣΤ.3 | ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Η διαχείριση κρίσεων περιλαμβάνει μια σειρά από δραστηριότητες, όπως η αξιολόγηση κινδύνου, ο σχεδιασμός έκτακτης ανάγκης, οι στρατηγικές επικοινωνίας και οι προσπάθειες ανάκαμψης. Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι να κατανόησουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες τι είναι ο κύκλος διαχείρισης κρίσεων, από ποια στάδια αποτελείται και ποια είναι τα χαρακτηριστικά του κάθε σταδίου. Αρχικά, ο/η εκπαιδευτής/-τρια περιγράφει συνοπτικά τις φάσεις διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό (τη φάση πριν από την κρίση, την αντίδραση στην κρίση και τη φάση μετά την κρίση). Στη συνέχεια, αναλύει τις επιμέρους ενέργειες που περιλαμβάνει κάθε φάση. Ειδικότερα, εξηγεί ότι κατά τη φάση πριν από την κρίση, οι οργανισμοί αναπτύσσουν σχέδια και διαδικασίες για την πρόληψη ή τον μετριασμό των κρίσεων, ενώ στη φάση της αντιμετώπισης εφαρμόζουν τα σχέδιά τους για τη διαχείριση της κρίσης. Τέλος, ο/η εκπαιδευτής/-τρια επισημαίνει ότι στη φάση μετά την κρίση γίνεται αξιολόγηση του βαθμού επιτυχίας της ανταπόκρισης της επιχείρησης ή του προορισμού κατά τη διάρκεια της κρίσης και ακολουθούν βελτιώσεις για τη μελλοντική αντιμετώπιση γεγονότων, καταστάσεων και κινδύνων. Μέσω της προηγηθείσας ανάλυσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αποκτούν δεξιότητες οι οποίες περιλαμβάνουν τον σχεδιασμό, τον συντονισμό κάθε σταδίου και την εφαρμογή μέτρων για τον μετριασμό των επιπτώσεων των κρίσεων, με σκοπό τη διασφάλιση της προστασίας των τουριστών και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας της επιχείρησης ή του προορισμού, τον οποίο πρόκειται να εκπροσωπήσουν ως επαγγελματίες της συγκεκριμένης ειδικότητας.

2.4.ΣΤ.4 | ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, εξετάζονται τα κυριότερα μοντέλα στρατηγικών πρόληψης και αντιμετώπισης των κρίσεων, τα οποία έχουν υιοθετηθεί και χρη-

σιμοποιούνται ευρέως από τους/τις περισσότερους/-ες μελετητές/-τριες, με στόχο να περιγραφεί όσο το δυνατόν πληρέστερα η διαδικασία και η λογική που ακολουθεί η διαχειριστική δράση των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών. Αρχικά, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναλύει τα κυριότερα μοντέλα θεωρητικών προτύπων τα οποία έχουν αναφερθεί στη βιβλιογραφία [π.χ. μοντέλο Pauchant και Mitroff (1992), Booth (1993), Seymour και Moore (2000)]. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται σε αυτά τα οποία έχουν θεωρηθεί ως πλέον κατάλληλα για τη συστηματική ανάλυση των διαδικασιών διαχείρισης κρίσεων στην τουριστική βιομηχανία, π.χ. το μοντέλο του Faulkner. Στη συνέχεια, περιγράφονται τα βασικά στοιχεία τα οποία περιλαμβάνει μια επιτυχημένη στρατηγική διαχείρισης κρίσεων και προσδιορίζονται τα βήματα τα οποία απαιτούνται για την επιτυχή αντιμετώπισή της. Ακολούθως, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μέσα από ασκήσεις και σενάρια προσομοίωσης καθίστανται ικανοί/-ές να εκπονούν σχέδια, να εφαρμόζουν και να ελέγχουν πολιτικές, να υιοθετούν κατάλληλα μέτρα πρόληψης, προετοιμασίας, απόκρισης και ανάκαμψης ανάλογα με το είδος του κινδύνου-απειλής και το εργασιακό περιβάλλον στο οποίο βρίσκονται. Για τη διδασκαλία της υποενότητας προτείνεται να επιλεγθεί, αρχικά, η σύνταξη, εφαρμογή και ο έλεγχος σχεδίων σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων-π.χ. οι εκπαιδευόμενοι/-ες περιγράφουν τα βήματα εκκένωσης ενός ξενοδοχείου σε περίπτωση κρίσης (πυρκαγιάς, σεισμού κ.ά.). Τέλος, προτείνεται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη σύνταξη, εφαρμογή και έλεγχο σχεδίων σε επίπεδο τουριστικών προορισμών (τρομοκρατικό περιστατικό στην πόλη της Αθήνας, διακοπή ηλεκτροδότησης στη Σαντορίνη κ.ά.).

2.4.ΣΤ.5 | ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, περιγράφεται ο κυρίαρχος ρόλος που δύναται να διαδραματίσει το στελεχειακό δυναμικό και τα μέλη τα οποία απαρτίζουν την Ομάδα Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) στην αντιμετώπιση ενός συμβάντος, κινδύνου ή απειλής μιας τουριστικής επιχείρησης ή ενός προορισμού. Αρχικά, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναλύει διεξοδικά τις αρμοδιότητες της Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) σε όλα τα στάδια εξέλιξης της κρίσης, όπως αυτά περιγράφηκαν σε προηγούμενη θεματική υποενότητα. Στη συνέχεια, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα προσόντα, τις δεξιότητες και τις ικανότητες τα οποία πρέπει να έχουν τα στελέχη, προκειμένου να διαχειρίζονται αποτελεσματικά κρίσεις, αλλά και να καταρτίζουν σχέδια διαχείρισης κρίσεων. Τέλος, επισημαίνει τη σημασία της ετοιμότητας και της εξοικείωσης της Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) με ευρύτερα ζητήματα διαχείρισης κρίσεων, αλλά και την ανάδειξη της σπουδαιότητας της εκπαίδευσης και της εφαρμογής ασκήσεων ετοιμότητας ως το σημαντικότερο μέτρο για την προετοιμασία του ανθρώπινου δυναμικού στην αντιμετώπιση κρίσεων. Ολοκληρώνοντας την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τη σπουδαιότητα του ανθρώπινου κεφαλαίου στη διαχείριση κρίσεων και τη σημασία του στην αποτροπή μιας κρίσης ή την ελαχιστοποίηση και τον μετριασμό της στην περίπτωση κατά την οποία αυτή δεν

είναι δυνατόν να αποτραπεί. Τέλος, μέσω μελετών περίπτωσης, προτείνεται να εξεταστούν οι κινήσεις και οι ενέργειες διαφόρων Ομάδων Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) σε ποικίλες περιπτώσεις στον χώρο του τουρισμού και να προβληματιστούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες γύρω από θέματα όπως: Έχουν προσδιοριστεί ξεκάθαρα οι ρόλοι και τα καθήκοντα της ομάδας; Πόσο έμπειρο είναι το προσωπικό; Πόσο καλά εκπαιδευμένο είναι; Υπάρχουν σχέδια (πρότυπα/στρατηγικής/τακτικής ή δράσης) κ.ά.;

2.4.ΣΤ.6 | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ

Σκοπός της υποενότητας αυτής είναι, μέσα από τον συνδυασμό θεωρητικών προσεγγίσεων και μελέτης περιπτώσεων, να εισαγάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στη φιλοσοφία της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων και να προβάλλει τα κύρια επικοινωνιακά εργαλεία αντιμετώπισής τους. Αρχικά, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναλύει τις βασικές επικοινωνιακές θεωρίες διαχείρισης κρίσεων, όπως τη θεωρία αποκατάστασης εικόνας (image repair theory), τη θεωρία της κατά περίπτωση επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων (situational crisis communication theory), τη θεωρία της απολογίας-ομολογίας (mortification theory), τη θεωρία απόδοσης ευθύνης (attribution theory), δίνοντας έμφαση στην εφαρμογή αυτών των θεωριών σε επίπεδο τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στη μελέτη των επικοινωνιακών στρατηγικών διαχείρισης κρίσης, στους παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν την επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής και στις αλλαγές, τις οποίες επιφέρουν οι νέες τεχνολογίες και τα κοινωνικά μέσα στις παραδοσιακές θεωρίες της επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων. Στη συνέχεια, εξετάζεται η σημασία του Επικοινωνιακού Σχεδίου Διαχείρισης Κρίσεων, ο τρόπος επικοινωνίας της Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων (ΟΔΚ) με την κοινή γνώμη, ενώ αναλύεται μια σειρά κρίσεων οι οποίες θεωρούνται αντιπροσωπευτικές ως προς τα αίτιά τους, την έντασή τους και τη στρατηγική, η οποία ακολουθήθηκε σε επικοινωνιακό επίπεδο. Παράλληλα, αναλύεται ο ρόλος των σχέσεων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), του/της εκπροσώπου τύπου (Spokesperson) και των σχεδίων επικοινωνιακής διαχείρισης κρίσεων. Τέλος, συνιστάται οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξοικειωθούν με τη συγγραφή δελτίων τύπου, ανακοινώσεων, αλλά και την προετοιμασία και διοργάνωση συνεντεύξεων με την ιδιότητα του/της εκπροσώπου τύπου.

2.4.ΣΤ.7 | ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Στην παρούσα μαθησιακή υποενότητα, εξετάζονται από τον/την εκπαιδευτή/-τρια μελέτες περίπτωσης (case studies) οι οποίες ενδεικτικά προαναφέρθηκαν στην υποενότητα «Εισαγωγή στη διαχείριση κρίσεων», καθώς και τυχόν πρόσφατες περιπτώσεις, όπως η περίπτωση χρεοκοπίας της FTI Touristik (2024), τόσο σε μικροεπίπεδο (τουριστικών επιχειρήσεων) όσο και σε μακροεπίπεδο (τουριστικών προορισμών). Μέσω αυτής της προσέγγισης, επιδιώκεται μια συστηματική και εννοιολογική κάλυψη ερωτημάτων, όπως το πώς οι τουριστικοί προορισμοί και οι επιχειρήσεις προετοι-

μάζονται και αντιδρούν στις κρίσεις, ποια μέτρα λαμβάνουν και ποιος είναι ο αντίκτυπός τους, καθώς και ποιες στρατηγικές μπορούν να υιοθετήσουν για να ανακάμψουν. Αρχικά, παρουσιάζονται επιχειρήσεις και προορισμοί, οι οποίοι ακολούθησαν και εφαρμόσαν, για την εκάστοτε περίπτωση, λανθασμένες και ανεπιτυχείς δράσεις, με καταστροφικά αποτελέσματα και δυσμενείς συνέπειες για την τουριστική βιομηχανία και το τουριστικό οικοσύστημα (π.χ. απώλειες ανθρώπινων ζώων, περιβαλλοντικές καταστροφές κ.λπ.). Στη συνέχεια, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενθαρρύνονται να εντοπίσουν τα σφάλματα σε κάθε στάδιο διαχείρισης της κρίσης. Έπειτα, ακολουθεί ανάλυση περιπτώσεων κατά τις οποίες επιχειρήσεις ή προορισμοί αντεπεξήλθαν επιτυχώς σε συγκεκριμένους τύπους κρίσεων και κατόρθωσαν να ανακάμψουν σε σύντομο χρονικό διάστημα μετά την κρίση. Με την ολοκλήρωση της υποενότητας, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με εμπειρίες ανά τον κόσμο στην αντιμετώπιση αρνητικών και απρόβλεπτων γεγονότων τα οποία διαταράσσουν τη βιομηχανία του τουρισμού. Τέλος, είναι σε θέση να αναπτύσσουν και να εφαρμόζουν σχέδια διαχείρισης κρίσεων, υιοθετώντας πρακτικές πρόβλεψης και πρόληψης πιθανών κρίσεων, στην περίπτωση κατά την οποία βρεθούν αντιμέτωποι ως επαγγελματίες με ένα καταστροφικό γεγονός, μικρής ή μεγάλης κλίμακας.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Heath, R. (1998). *Διαχείριση κρίσεων: αποτελεσματικές τεχνικές για επιχειρησιακή ετοιμότητα* (4η έκδοση), (μτφρ. Β. Σωτηρίου). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
2. Pforr, C. & Hosie, P. (επιμ.). (2022). *Διαχείριση κρίσεων στην τουριστική βιομηχανία: ανατρέποντας τις πιθανότητες* (μτφρ. Β. Παππά). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

Συμπληρωματικές

1. Δουλκέρη, Τ. (επιμ.). (2020). *Τουριστική επικοινωνία στην Ελλάδα* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
2. Υπουργείο Τουρισμού. (2022). *Ελλάδα: δέσμη συνεργασίας τεχνικής βοήθειας για την τουριστική ανάκαμψη μετά την Covid-19 – διευκόλυνση της τουριστικής ανάκαμψης μετά την Covid-19. Δραστηριότητα ανάπτυξη σχεδίου διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό. Παραδοτέο: σχέδιο διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό*. Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/facilitating-tourism-recovery-gr/>

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι να παρουσιάσει τον τρόπο με τον οποίο οι βασικές αρχές που διέπουν την εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών εφαρμόζονται στον τουριστικό κλάδο. Παρουσιάζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστικών υπηρεσιών και το πώς αυτά επηρεάζουν την εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών (π.χ. παραγωγή και κατανάλωση της υπηρεσίας την ίδια στιγμή). Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται οι διαδικασίες διασφάλισης της ποιοτικής εξυπηρέτησης και η σημασία της για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στα τουριστικά γραφεία και εν γένει στον τουριστικό κλάδο. Επιπλέον, παρουσιάζεται η ποιοτική εξυπηρέτηση σε ένα εύρος τουριστικών υπηρεσιών, όπως ξεναγοί, tour leaders (αρχηγοί γκρουπ), τουριστικές υπηρεσίες ψυχαγωγίας (Animation), τουριστικά λεωφορεία (πούλμαν) κ.ά. Ακόμη, η ενότητα εστιάζεται σε μεθόδους και διαδικασίες βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος και στους τρόπους αξιολόγησης της εκάστοτε προσφερόμενης τουριστικής υπηρεσίας.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ερμηνεύουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των πελατών/-ισσών ενός τουριστικού γραφείου, τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους,
- Δημιουργούν καλές πελατειακές σχέσεις κατά την άσκηση των καθηκόντων τους σε ένα τουριστικό γραφείο,
- Αναγνωρίζουν τη σημασία της διαφοροποιημένης εξυπηρέτησης ανάλογα με το είδος της υπηρεσίας και τα χαρακτηριστικά του/της πελάτη/-ισσας,
- Αξιοποιούν μοντέλα και εργαλεία με στόχο την αξιολόγηση και τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών,
- Υιοθετούν πρακτικές συνεχούς βελτίωσης της εξυπηρέτησης των πελατών/-ισσών κατά την άσκηση των καθηκόντων τους,
- Συνδέουν συγκεκριμένα τμήματα της τουριστικής πελατείας με ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους,
- Ερμηνεύουν τον τρόπο με τον οποίο τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος επηρεάζουν την εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Επικοινωνία / Τεχνικές επικοινωνίας / Φιλοξενία / Τύποι πελατών/-ισσών / Εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών / Υποδοχή πελατών/-ισσών / Διαχείριση παραπόνων / Τεχνικές διαχείρισης παραπόνων / Τεχνικές πωλήσεων.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα
Θεωρία (2), Εργαστήριο (0), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ/ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ/-ΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑ/-ΤΡΙΑΣ
2	ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ/ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ/ΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
3	ΤΥΠΟΙ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΙΣΣΩΝ
4	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/ΙΣΣΩΝ
5	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ
6	ΜΟΝΤΕΛΑ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Z.1 | ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ/ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ/-ΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑ/-ΤΡΙΑΣ

Στόχος της εν λόγω μαθησιακής υποενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να κατανοούν και να αναγνωρίζουν τις νέες τάσεις στον τουρισμό και στον χώρο της φιλοξενίας, να καταγράφουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές των τουριστών/-τριών, να αναλύουν τα κύρια μέρη που εμπλέκονται στον τουριστικό κλάδο, εστιάζοντας κυρίως στους/στις παραγωγούς, διοργανωτές/-τριες ταξιδιού και τουρίστες/-τριες. Η υποενότητα αυτή εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις σημαντικές τάσεις της τουριστικής κατανάλωσης τον 21ο αιώνα. Αρχικά, παρουσιάζονται τα κίνητρα έλξης τα οποία ωθούν τους/τις τουρίστες/-τριες σε συγκεκριμένα προϊόντα (μορφές και είδη τουρισμού) και προορισμούς. Στη συνέχεια, εντοπίζονται και αποκωδικοποιούνται οι προσδοκίες των τουριστών/-τριών και παρατίθενται οι βασικές τάσεις που διαμορφώνουν τη ζήτηση για τουριστικά προϊόντα στο μέλλον. Μετά την ανάλυση αυτή, περιγράφονται τα χαρακτηριστικά του/της παραδοσιακού/-ής τουρίστα/-τριας και του/της «νέου/-ας» τουρίστα/-τριας. Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να αξιοποιηθεί ο διδακτικός χρόνος και να δοθεί η δυνατότητα στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εντοπίσουν τις διαφορές μεταξύ των δύο εννοιών (παραδοσιακού/-ής-«νέου/-ας» τουρίστα/-τριας). Οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα αποκωδικοποιούν έννοιες όπως ευεξία, μοναδικότητα, περιβαλλοντική ευαισθησία, αυθεντικότητα. Τέλος, συζητούνται οι αντιλήψεις περί πολυτέλειας και επαναπροσδιορίζεται η έννοιά της, καθώς ο/η «νέος/-α» τουρίστας/-τρια προσεγγίζει την πολυτέλεια με την έννοια της αυτοεκπλήρωσης, της εμπειρίας και του «ευ ζην» και αναζητά εμπειρίες που συνδυάζουν την αναψυχή με την πολιτιστική μάθηση, την αειφορία και την αυθεντικότητα. Η μαθησιακή ενότητα «Εξυπηρέτηση πελατών στον τουρισμό» συνδέεται με τη μαθησιακή ενότητα «Εισαγωγή στην εξυπηρέτηση πελατών».

2.4.Z.2 | ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ/ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ/-ΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η επικράτηση των νέων τάσεων στην κατανάλωση υπηρεσιών τουρισμού και φιλοξενίας που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη υποενότητα απαιτεί νέες δεξιότητες από τους εργαζόμενους στον χώρο του τουρισμού. Έτσι, ο σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να διδάξει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες ποιες είναι οι απαραίτητες δεξιότητες (soft skills) που πρέπει να διαθέτουν οι σύγχρονοι/-ες επαγγελματίες, προκειμένου να προσαρμοστούν στις νέες τάσεις. Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να αξιοποιηθεί ο διδακτικός χρόνος και να δοθεί η δυνατότητα στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να εντοπίσουν τις διαφορές μεταξύ του/της παραδοσιακού/-ής και σύγχρονου/-ης επαγγελματία στον χώρο του τουρισμού σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις του/της σύγχρονου/-ης τουρίστα/-τριας. Πρέπει να γίνει αντιληπτό από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες ότι τα καθήκοντα του/της σύγχρονου/-ης επαγγελματία είναι πολύ παρόμοια με αυτά του/της παραδοσιακού/-ης επαγγελματία. Ωστόσο, λόγω της φύσης της αναπτυσσόμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο/η σύγχρονος/η επαγγελματίας πρέπει να διαθέτει ένα νέο ευρύ φάσμα δεξιοτήτων και ικανοτήτων, προκειμένου να αντιμετωπίσει τις αλλαγές και προκλήσεις που χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία σε σύγκριση με το παρελθόν. Για τον λόγο αυτό, στη συγκεκριμένη μαθησιακή υποενότητα δίνεται έμφαση στην καλλιέργεια δεξιοτήτων (soft skills), όπως π.χ. ο σεβασμός στις ομαδικές αρχές εργασίας, οι επικοινωνιακές ικανότητες, η ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, η υπευθυνότητα, η ευγένεια και η φιλική συμπεριφορά, το εργασιακό ήθος, η ικανότητα εφαρμογής τεχνικών που μπορούν να βελτιώσουν τις πωλήσεις και να ενισχύσουν την ικανοποίηση των πελατών, η διαχείριση παραπόνων και συγκρούσεων, η ικανότητα διαχείρισης του στρες, η ικανότητα ιεράρχησης εργασιών και οργάνωσης του χρόνου, η ενσυναίσθηση κ.ά.

2.4.Z.3 | ΤΥΠΟΙ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ

Σκοπός αυτής της υποενότητας είναι να εισάγει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες στις βασικές έννοιες, κατηγορίες και τύπους πελατών/-ισσών στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια αρχικά ονομάζει, διακρίνει και κατηγοριοποιεί τους/τις πελάτες/-ισσες χρησιμοποιώντας διάφορα κριτήρια, όπως το επάγγελμα, το εισόδημα, το φύλο, το θρήσκευμα, η εθνικότητα, η ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης και η συχνότητα χρήσης των προϊόντων ή υπηρεσιών. Στη συνέχεια, παρουσιάζει κατηγορίες πελατών/-ισσών όπως η γενιά Y, οι Millennials, οι baby boomers και η γενιά Z, εξηγώντας τα χαρακτηριστικά, τις προτιμήσεις και τις ταξιδιωτικές συμπεριφορές τους. Αυτό επιτρέπει στους/στις εκπαιδευόμενους/-ες να κατανοούν τις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε γενιάς και να διαμορφώνουν το κατάλληλο μίγμα επικοινωνίας για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών. Στο εργαστηριακό μέρος, οι εκπαιδευόμενοι/-ες χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες, καθεμία από τις οποίες εστιάζεται σε μία από τις γενιές Y, Millennials, baby boomers και Z. Κάθε ομάδα πραγματοποιεί έρευνα για την επιλεγμένη γενιά, αναλύοντας τις προτιμήσεις της σε τουριστικούς προορι-

σμούς, τύπους καταλυμάτων, δραστηριότητες και χρήση τεχνολογίας. Στη συνέχεια, δημιουργεί μια παρουσίαση που περιλαμβάνει τα βασικά χαρακτηριστικά, τις προτιμήσεις και προτάσεις για στρατηγικές μάρκετινγκ και επικοινωνίας, βασισμένη στα ευρήματα της έρευνάς της. Ακολουθεί συζήτηση στην τάξη, όπου οι ομάδες αξιολογούν τις στρατηγικές των άλλων και συζητούν τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες κάθε γενιάς. Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια παρέχει ανατροφοδότηση και υπογραμμίζει τα κρίσιμα σημεία για τη διαχείριση των διαφορετικών τύπων πελατών/-ισών.

2.4.Z.4 | ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ

Σκοπός της συγκεκριμένης υποενότητας είναι η οικοδόμηση αυτοπεποίθησης και η ανάπτυξη των δεξιοτήτων που απαιτούνται από τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για την παροχή αποτελεσματικής εξυπηρέτησης σε ένα πλαίσιο ποικίλων περιστάσεων στο επαγγελματικό πεδίο ενασχόλησής τους. Οι επικοινωνιακές δεξιότητες αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο στον τομέα του τουρισμού, όπως ήδη αναλύθηκε στην υποενότητα «Η έννοια της επικοινωνίας στον τουρισμό». Έχοντας αποκτήσει κατάλληλες επικοινωνιακές δεξιότητες, οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι ικανοί/-ές να εξυπηρετούν αποτελεσματικά τους/τις πελάτες/-ισσες στον χώρο του τουρισμού και της φιλοξενίας. Στο εργαστηριακό μέρος της υποενότητας αυτής, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξασκούνται και αναπτύσσουν ικανότητες, ώστε να προσφέρουν εξαιρετικές υπηρεσίες εξυπηρέτησης, οι οποίες περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τη διαχείριση κρατήσεων και έκδοση αεροπορικών/ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, τη διαχείριση κρατήσεων δωματίων σε ξενοδοχεία και καταλύματα, τη σωστή υποδοχή πελατών/-ισών, την παροχή πληροφοριών τηλεφωνικά ή μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας στους/στις ενδιαφερόμενους/-ες πελάτες/-ισσες αναφορικά με τα τοπικά αξιοθέατα, τις διαθέσιμες τουριστικές υποδομές, τις διάφορες δραστηριότητες και εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται σε κάθε περιοχή, τον σχεδιασμό και τη συνολική διαχείριση διαφόρων ειδών τουριστικών πακέτων. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τις τεχνικές πωλήσεων και εφαρμόζουν τεχνικές για την αποτελεσματική διαχείριση των αντιρρήσεων των πελατών. Ανάμεσα στα θέματα στα οποία εστιάζεται η εν λόγω υποενότητα περιλαμβάνονται και οι κανόνες ορθής συμπεριφοράς, το ευρέως γνωστό ως *savoir vivre*, προς τους/τις πελάτες/-ισσες. Ολοκληρώνοντας αυτή την υποενότητα, κρίνεται σημαντικό οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εξερευνήσουν την κουλτούρα και τον πολιτισμό των λαών, προκειμένου να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους στον τομέα της εξυπηρέτησης και να ενισχύσουν τις επαγγελματικές τους επιδόσεις στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας.

2.4.Z.5 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

Η εν λόγω υποενότητα, αρχικά, έχει ως στόχο οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν τις απαραίτητες δεξιότητες και να μνηθούν σε τεχνικές και μεθόδους που συμβάλουν στην αποτελεσματική διαχείριση των παραπόνων στον χώρο του τουρισμού και

της φιλοξενίας. Αρχικά, ο/η εκπαιδευτής/-τρια αναλύει την έννοια των παραπόνων, τι σημαίνει κακή διαχείριση παραπόνων και ποιες είναι οι αρνητικές συνέπειες για την επιχείρηση. Στη συνέχεια, παρουσιάζει τα πιο κοινά παράπονα στον τουριστικό τομέα, όπως θέματα σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών, την καθαριότητα, την ακρίβεια των πληροφοριών και τη συμπεριφορά του προσωπικού, και επισημαίνει πώς η κατανόηση των αιτιών των παραπόνων μπορεί να βοηθήσει στη λήψη προληπτικών μέτρων. Ακολούθως, αναλύει τις βασικές τεχνικές διαχείρισης παραπόνων, ξεκινώντας από την άμεση ανταπόκριση και την ενσυναίσθηση. Δίνει έμφαση στη σημασία της ενεργητικής ακρόασης και της άμεσης επικοινωνίας με τους/τις πελάτες/-ισσες που έχουν παράπονα και παρουσιάζει τις διαδικασίες και τα πρωτόκολλα που πρέπει να ακολουθούνται για την αποτελεσματική διαχείριση παραπόνων. Εξηγεί τη σημασία της καταγραφής και ανάλυσης των παραπόνων, καθώς και τη χρήση συστημάτων διαχείρισης παραπόνων για την παρακολούθηση και επίλυση προβλημάτων. Αναφέρει παραδείγματα επιτυχημένων διαδικασιών που έχουν υιοθετήσει γνωστές τουριστικές επιχειρήσεις. Στο εργαστηριακό μέρος προτείνεται να αξιοποιηθούν εκπαιδευτικές τεχνικές, όπως το παιχνίδι ρόλων (role-playing), προκειμένου το μαθησιακό αντικείμενο να γίνει αντιληπτό και να συνδεθεί με άμεσο τρόπο με το εργασιακό πεδίο ενασχόλησης των εκπαιδευομένων. Επίσης, μέσα από εργαστηριακές ασκήσεις και case studies, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν τη σημασία της διαχείρισης παραπόνων και αποκτούν τις δεξιότητες να απαντούν αποτελεσματικά, ενισχύοντας την εταιρική φήμη και διευρύνοντας την πελατεία τους.

2.4.Z.6 | ΜΟΝΤΕΛΑ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στην τελευταία υποενότητα, εξετάζεται η σημασία της αξιολόγησης προϊόντων και υπηρεσιών στον τουρισμό, με ιδιαίτερη έμφαση στα τουριστικά γραφεία. Αρχικά, εξηγείται πώς τα μοντέλα και τα εργαλεία αξιολόγησης συμβάλλουν στη διασφάλιση της ποιότητας και στην ικανοποίηση των πελατών/-ισσών. Στη συνέχεια, περιγράφεται το μοντέλο SERVQUAL, το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών, και αναλύεται μέσω των πέντε βασικών διαστάσεων του: αξιοπιστία (Reliability), εμπιστοσύνη (Assurance), υλικές πτυχές (Tangibles), ενσυναίσθηση (Empathy) και ανταπόκριση (Responsiveness). Ακολούθως, υπογραμμίζεται η σημασία καθεμιάς από αυτές τις διαστάσεις για τα τουριστικά γραφεία και πώς μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών/-ισσών. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η διαδικασία συλλογής δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων και εξηγείται ότι η ανάλυση αυτών των δεδομένων μπορεί να οδηγήσει σε συγκεκριμένες βελτιώσεις. Περιγράφεται, επίσης, η μέθοδος του/της «Μυστικού/-ής Πελάτη/-ισσας» (Mystery Shopping), όπου εκπαιδευμένοι/-ες παρατηρητές/-τριες συμμετέχουν ως επισκέπτες/-τριες και αξιολογούν τις υπηρεσίες του τουριστικού γραφείου, καθώς και το εργαλείο Net Promoter Score (NPS), το οποίο μετρά την πιθανότητα οι πελάτες/-ισσες να προτείνουν την επιχείρηση σε άλλους. Με αυτόν τον

τρόπο, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με τη χρήση του μοντέλου SERVQUAL και άλλων εργαλείων αξιολόγησης, αναπτύσσοντας δεξιότητες κρίσιμες για την επαγγελματική τους εξέλιξη στον τομέα του τουρισμού και ειδικότερα στον χώρο των τουριστικών γραφείων. Η μαθησιακή ενότητα «Εξυπηρέτηση πελατών στον τουρισμό» συνδέεται με τη μαθησιακή ενότητα «Εισαγωγή στην εξυπηρέτηση πελατών» του Εξαμήνου Α΄.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2020). *Υποδειγματική εξυπηρέτηση πελατών: 60 τρόποι για να δημιουργήσετε πιστούς πελάτες*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
2. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2021). *Εξυπηρέτηση πελατών σε φιλοξενία & εστίαση: τα μυστικά για να προσφέρετε υπηρεσίες 5 αστέρων στους πελάτες σας*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.

Συμπληρωματικές

1. Fyall, A., Legohrerel, P., Frochot, I. & Wang, Y. (2020). *Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
2. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2008). *Παράπονα πελατών: μπελάς... ή ευκαιρία; Μετατρέψτε τους δυσαρεστημένους πελάτες σε κέρδος για την επιχείρησή σας*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

2.4.Η • ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ (FRONT/BACK OFFICE)

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της συγκεκριμένης μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να γνωρίσουν και να εξοικειωθούν με τα συστήματα λειτουργίας γραφείου μέσω της εξάσκησης σε εργαστηριακό περιβάλλον. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες έχουν τη δυνατότητα να δουν στην πράξη την παραμετροποίηση ενός συστήματος και την ενημέρωση της βάσης δεδομένων του. Επιπλέον, προσεγγίζονται και άλλες λειτουργίες, όπως οι κινήσεις ανοίγματος και κλεισίματος της κάρτας κράτησης με τη σχετική λογιστική διεκπεραίωση, η αξιοποίηση στατιστικών δεδομένων κίνησης πελατών/-ισών και προμηθευτών. Παρουσιάζονται στην πράξη και όλες οι υποστηρικτικές λειτουργίες των συστημάτων λειτουργίας γραφείου. Τέλος, γίνεται παρουσίαση και ανάλυση των αρμοδιοτήτων και των εργασιών που αφορούν τόσο την υποστηρικτική λειτουργία των τουριστικών γραφείων (Back Office) όσο και την εξυπηρέτηση πελατών/-ισών (Front Office).

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Ταξινομούν τις τουριστικές υπηρεσίες στην ηλεκτρονική βάση του συστήματος,
- Διαχειρίζονται τις κατάλληλες πληροφορίες από το σύστημα για τη δημιουργία του επιθυμητού τουριστικού πακέτου από τον/την πελάτη/-ισσα,
- Πραγματοποιούν τους απαραίτητους χειρισμούς ανοίγματος και κλεισίματος φακέλου πελάτη/-ισσας και προμηθευτή/-τριας,
- Κάνουν χρήση στατιστικών στοιχείων κίνησης πελατών/-ισσών και προμηθευτών από το σύστημα,
- Επιλέγουν τις κατάλληλες υποστηρικτικές λειτουργίες που προσφέρουν τα συστήματα λειτουργίας γραφείου στην εκτέλεση των καθηκόντων τους,
- Αποδέχονται την ανάγκη χειρισμού των λειτουργικών συστημάτων για την εύρυθμη λειτουργία του τουριστικού γραφείου.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Front Office / Back Office / Enterprise Resource Planning (Εταιρικός Σχεδιασμός Πόρων) / Πόροι του πληροφοριακού συστήματος / Παραμετροποίηση του συστήματος / Point of Sale (Σημείο Πώλησης) / Βάση δεδομένων / Διαδικασίες ενός πληροφοριακού συστήματος.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (3), Σύνολο (3).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
2	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΟΡΩΝ
3	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ
4	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ, ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
5	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ
6	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ (FRONT/BACK OFFICE)

Κείμενο αναφοράς

2.4.H.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στην πρώτη υποενότητα, περιγράφονται βασικές λειτουργίες των συστημάτων λειτουργίας γραφείου. Αναφέρεται ότι ο όρος «συστήματα λειτουργίας γραφείου υπο-

στήριξης πελατών και διοίκησης» (Front Office-Back Office) χρησιμοποιείται γενικά για να περιγράψει τμήματα της επιχείρησης (ή ενός πληροφοριακού συστήματος) τα οποία είναι ειδικά διαμορφωμένα, αντίστοιχα με τους πελάτες (front office) και με τη σωστή διοίκηση της επιχείρησης (back office). Αναλύεται ότι τα συστήματα Front Office (ή αλλιώς front line) αναφέρονται στο εμπρόσθιο τμήμα της επιχείρησης, το οποίο φαίνεται στους πελάτες και έρχεται σε απευθείας επαφή με αυτούς, με τρόπους όπως το μάρκετινγκ, η εξυπηρέτηση πελατών ή οι υπηρεσίες μετά την πώληση (π.χ. εγγύηση προϊόντος ή υπηρεσίας, τμήμα παραπόνων κ.λπ.). Αντίστοιχα, αναλύεται ότι το Back Office αναφέρεται σε όλα τα τμήματα ενός πληροφοριακού συστήματος, στο οποίο ο τελικός χρήστης δεν έχει πρόσβαση. Ο όρος, επομένως, καλύπτει όλες τις εσωτερικές διαδικασίες μέσα στην επιχείρηση (παραγωγή, κανάλια διανομής, αποθήκευση, λογιστικά, Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων κ.ά.). Δίνεται βάση στο ότι στην πραγματικότητα τα συστήματα Front Office-Back Office δεν αποτελούν εντελώς ξεχωριστές έννοιες, εφόσον τα μέλη των ομάδων που βρίσκονται στην πρόσσοψη της επιχείρησης (εξυπηρέτηση πελατών, υποδοχή τουριστικού γραφείου) πρέπει να ξέρουν ένα μέρος των πληροφοριών παραγωγής ενός προϊόντος ή προώθησης μιας υπηρεσίας. Και το αντίστροφο, ώστε να υπάρχει ένας κύκλος συνεχούς βελτίωσης. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων με σκοπό την επίδειξη λειτουργίας συστημάτων γραφείου.

2.4.H.2 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΟΡΩΝ

Στη δεύτερη υποενότητα, παρουσιάζονται ζητήματα σχετικά με την έννοια των συστημάτων εταιρικού σχεδιασμού πόρων (Enterprise Resource Planning-ERP). Αναλύεται το σύστημα ERP ως ένα σύνολο αλληλοσυνδεόμενων στοιχείων, τα οποία όλα μαζί συγκροτούν μια ολότητα. Στην περίπτωση του front office-back office, ένα σύστημα αποτελεί υπολογιστές συνδεδεμένους σε μια κεντρική μονάδα, η οποία διαμοιράζει τις πληροφορίες από τους υπολογιστές του front office στους υπολογιστές του back office. Αναφέρεται ότι τα στοιχεία ενός πληροφοριακού συστήματος είναι οι πόροι, οι διαδικασίες, οι άνθρωποι (οι χειριστές του συστήματος) και το υλικό-λογισμικό. Αναλύονται οι πόροι ως τα διάφορα στοιχεία και πληροφορίες που διαχειρίζεται το σύστημα, διότι προκειμένου να ληφθεί η σωστή απόφαση για την επιχείρηση χρειάζονται πληροφορίες. Αναλύονται στη συνέχεια οι διαδικασίες, ως οι τρόποι με τους οποίους συνδέονται οι χρήστες του συστήματος με τα υπόλοιπα στοιχεία του συστήματος, με σκοπό να περιγραφεί τι πρέπει να γίνει. Αναλύεται ότι οι άνθρωποι είναι οι χειριστές των δεδομένων, που γνωρίζουν μόνο ένα μέρος των πληροφοριών, και οι διαχειριστές του συστήματος που έχουν πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες. Τέλος, αναλύεται το υλικό του συστήματος ως το μηχανικό μέρος του, το οποίο αποτελείται από τους υπολογιστές, τα περιφερειακά τους, το δίκτυο, τους εκτυπωτές, τους αναγνώστες καρτών ή κωδικών barcodes κ.ά., καθώς και το λογισμικό ως ένα σύνολο από οδηγίες που διαβάζονται από τον υπολογιστή (υλικό), προκει-

μένου να πραγματοποιήσει συγκεκριμένες λειτουργίες. Αποτελεί το άυλο τμήμα του συστήματος. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων, με σκοπό την επίδειξη λειτουργίας συστημάτων γραφείου.

2.4.H.3 | ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στην τρίτη υποενότητα, αναφέρεται η στοιχειώδης ορολογία, την οποία οφείλει να γνωρίζει ο χειριστής ενός πληροφοριακού συστήματος γραφείου. Αναφέρεται ο όρος POS [Point of Sale (Σημείο Πώλησης)], ο οποίος είναι το τμήμα εκείνο του πληροφοριακού συστήματος που χρησιμοποιείται όταν ένα ξενοδοχείο πωλεί κάποιο προϊόν. Π.χ. εστιατόριο, μπαρ κ.λπ. Τα συστήματα τα οποία περιέχουν προγράμματα POS θεωρούνται πιο εξελιγμένα από μια απλή ταμειακή μηχανή και περιέχουν πολλά χαρακτηριστικά, όπως παραγγελιοληψία, διαχείριση προϊόντων, διαχείριση πληρωμών, αναφορές, αποδείξεις κ.ά. Αναφέρεται στη συνέχεια η διαδικασία εγκατάστασης, ως ο τρόπος με τον οποίο τοποθετούμε ένα πρόγραμμα τουριστικού πληροφοριακού συστήματος στην κεντρική μονάδα του συστήματος. Το πρόγραμμα αυτό εγκαθίσταται εντελώς αυτόνομα (standalone) ή χρειάζεται οπωσδήποτε την ύπαρξη μιας ήδη εγκατεστημένης βάσης δεδομένων, την οποία χρησιμοποιεί προκειμένου στη συνέχεια να ανταλλάξει στοιχεία με τους χρήστες. Η εντελώς αυτόνομη εγκατάσταση δεν απαιτεί την ύπαρξη μιας ήδη εγκατεστημένης βάσης, γιατί το πρόγραμμα τη διαθέτει ενσωματωμένη. Τέλος, αναλύεται ο όρος βάση δεδομένων, ως το τμήμα εκείνο του πληροφοριακού συστήματος που περιέχει όλα τα δεδομένα (στοιχεία ή πληροφορίες) του συστήματος. Εκεί εγγράφονται τα στοιχεία των πελατών, των δωματίων, των πληρωμών, των λογιστικών στοιχείων της επιχείρησης, των στατιστικών κίνησης κ.ά. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η επίδειξη φορμών καταχώρισης στοιχείων δωματίων από το Διαδίκτυο ή από βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευόμενων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι βρίσκουν σε υπάρχοντα συστήματα τους όρους, τους οποίους διδάχθηκαν.

2.4.H.4 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ, ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Στην τέταρτη υποενότητα, παρουσιάζονται οι τύποι πληροφοριακών συστημάτων: Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών (Transaction Processing Systems-TPS), Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision-Support Systems-DSS), Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive-Support Systems-ESS). Τα TPS ορίζονται ως τα συστήματα συναλλαγών τα οποία συλλέγουν, τροποποιούν, αποθηκεύουν και ανακτούν τις συναλλαγές ενός οργανισμού. Αναλύονται ως τα βασικά επιχειρηματικά συστήματα που αφορούν το εκτελεστικό επίπεδο της επιχείρησης, δέχονται στοιχεία όπως οι καθημερινές συναλλαγές και γεγονότα, ταξινομούν, ενημερώνουν και

συγχωνεύουν πληροφορίες. Αποδίδουν αναλυτικές αναφορές, περιλήψεις, λίστες και πληροφορίες χρηστών και αφορούν στο υπαλληλικό προσωπικό του γραφείου και στους επιβλέποντες υπαλλήλους (supervisors). Τα DSS ορίζονται ως συστήματα που εξυπηρετούν το διοικητικό οργανωτικό επίπεδο της επιχείρησης και χρησιμοποιούνται από τα μεσαία διοικητικά στελέχη (managers). Υποστηρίζουν τη λήψη αποφάσεων, η οποία αποτελεί τον κύριο στόχο της ύπαρξής τους. Συνδυάζουν τις δυνατότητες του ανθρώπου και του υπολογιστή, επιτρέποντας στους αποφασίζοντες να χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους για τη διερεύνηση απλών προβλημάτων, ενισχύοντας τη συλλογιστική τους και καταλήγοντας στη λήψη αποφάσεων. Τα ESS ορίζονται ως συστήματα τα οποία λειτουργούν σε πλατφόρμες υπολογιστών και ενσωματώνουν πληροφορίες αποθηκευμένες σε μεγάλα συστήματα και σε συστήματα προσωπικών υπολογιστών. Αναφέρεται ότι οι εργαζόμενοι έχουν πρόσβαση στα εταιρικά δεδομένα και μπορούν να καθορίσουν ποια δεδομένα είναι σημαντικά για τις αποφάσεις τους. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και αναφορά πραγματικών πληροφοριακών συστημάτων τουριστικών γραφείων TPS, DSS και ESS από το Διαδίκτυο ή από βιβλιογραφία.

2.4.Η.5 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Στην πέμπτη υποενότητα, παρουσιάζονται οι βασικοί τύποι πληροφοριακών συστημάτων, οι οποίοι χρησιμοποιούνται σε ένα τουριστικό γραφείο και αναλύονται διεξοδικά. Οι κυριότεροι τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων είναι: Ολοκληρωμένα Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης (Management Information Systems-MIS) και Συστήματα Αυτοματοποίησης Γραφείου (Office Automation Systems-OAS). Αναφέρεται ότι τα συστήματα αυτοματοποίησης γραφείου και τα Ολοκληρωμένα Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης είναι εκείνα που χρησιμοποιούνται σε ένα τουριστικό γραφείο, ενώ το δεύτερο είδος (τα MIS) χωρίζεται σε back office και front office. Αναλύονται τα Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών ως συστήματα τα οποία συλλέγουν, τροποποιούν, αποθηκεύουν και ανακτούν τις συναλλαγές ενός οργανισμού, εξυπηρετούν τις ανάγκες του εκτελεστικού επιπέδου του οργανισμού, δέχονται καθημερινές συναλλαγές και γεγονότα, η επεξεργασία περιλαμβάνει την ταξινόμηση, ενημέρωση και συγχώνευση των δεδομένων, αποδίδουν αναλυτικές αναφορές, περιλήψεις και λίστες και χρήστες αυτών των συστημάτων είναι το υπαλληλικό προσωπικό και οι επιβλέποντες. Αναλύονται τα Ολοκληρωμένα Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης ως συστήματα τα οποία παρέχουν αναφορές ή άμεση πρόσβαση σε τρέχοντα στοιχεία της εταιρείας και εξυπηρετούν το διοικητικό επίπεδο, δέχονται δεδομένα μεγάλου όγκου ή περιληπτικά δεδομένα συναλλαγών ή απλά μοντέλα και αποδίδουν πλήθος αναφορών, τα οποία βασίζονται σε απλά μοντέλα ανάλυσης. Αφορούν τα μεσαία στελέχη ενός γραφείου. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων

και αναφορά πραγματικών πληροφοριακών συστημάτων MIS και OAS τουριστικών γραφείων από το Διαδίκτυο ή από βιβλιογραφία. Η ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των εκπαιδευομένων επιτυγχάνεται με ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες και ομαδικές εργασίες στις οποίες οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναζητούν πληροφοριακά συστήματα στο Διαδίκτυο.

2.4.H.6 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ (FRONT/BACK OFFICE)

Στην έκτη υποενότητα, αναλύονται τα συστήματα βάσει της κατηγοριοποίησης σε front office και back office, η οποία, όπως ειπώθηκε, αφορά τα συστήματα τύπου MIS. Ορίζονται τα συστήματα back office ως όσα έχουν υποστηρικτική λειτουργία για τα τουριστικά γραφεία και ως front office εκείνα τα οποία αφορούν στην εξυπηρέτηση πελατών. Κατηγοριοποιούνται τα συστήματα back office ως όσα αφορούν στη μισθοδοσία, στη γενική λογιστική, στη διαχείριση αποθεμάτων, στη διαχείριση προσωπικού ενός γραφείου (human resources management), τη στατιστική επεξεργασία δεδομένων και πληροφοριών ως εργαλείο μάρκετινγκ, τη χρηματοοικονομική διαχείριση (ταμειακή ρευστότητα, απαιτήσεις, υποχρεώσεις, προμήθειες κ.λπ.) και τη γραμματειακή υποστήριξη. Τονίζεται η διασύνδεση των συστημάτων back office με τα GDS. Αναλύεται ότι τα συστήματα front office αφορούν στα εξής: κρατήσεις πελατών γραφείου, επιβεβαίωση κρατήσεων επιβατών, αλλά και πελατών ξενοδοχείων (check-in), στην αναχώρηση πελατών ξενοδοχείων (check-out), λογαριασμούς πελατών, ιστορικό πελατών, διαχείριση πελατών και προμήθειες γραφείων, την παραγγελία τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, τις πωλήσεις τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, την τιμολόγηση, τα συμβόλαια-συμφωνίες, τις σχέσεις tour operators και τουριστικών γραφείων, τις εντολές κράτησης (vouchers) και τις λοιπές καταναλώσεις εστίασης, ενοικίασης αυτοκινήτου, εκδρομών κ.ά. Λειτουργούν σε ένα σύγχρονο και φιλικό προς τον χρήστη περιβάλλον και συνδέονται απευθείας με τις οθόνες του GDS στους υπολογιστές, χωρίς την ανάγκη επιπλέον τερματικών. Οι εκπαιδευτικές μέθοδοι που προτείνονται για τη διδασκαλία είναι η επίδειξη της λειτουργίας τόσο front όσο και back office συστημάτων ή, αν αυτό δεν είναι εφικτό, η εισήγηση με παράλληλη χρήση εποπτικών μέσων και η επίδειξη οπτικοακουστικού υλικού αναφορικά με τη χρήση των συστημάτων αυτών.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων: προγραμματισμός ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
2. Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά γραφεία: ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Μπουρδή, Μ., Κάπελλας, Σ. & Ευσταθίου, Π. (2012). *Λειτουργίες τουριστικών γραφείων*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ».
2. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

2.4.Θ • ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ Δ΄

Περίληψη της μαθησιακής ενότητας

Σκοπός της μαθησιακής ενότητας είναι οι εκπαιδευόμενοι/-ες να αποκτήσουν ικανότητες και δεξιότητες σχετικές με τον τομέα του τουρισμού, όπως ομαδικότητα, συνέπεια, κοινωνικότητα και ευγένεια. Έρχονται σε επαφή με τον τουριστικό χώρο μέσα από επισκέψεις σε επαγγελματικούς χώρους και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Πραγματοποιούν εργαστηριακές ασκήσεις στον χώρο εκπαίδευσης διαθεματικού περιεχομένου, σχετικού με τις μαθησιακές ενότητες του Εξαμήνου Δ΄. Ασχολούνται με το Τμήμα των Ειδικών Τουριστικών Προϊόντων και με θέματα που επικεντρώνονται στην ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών/-ισών στις τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, έχουν την ευκαιρία να έλθουν σε επαφή, σε πρακτικό επίπεδο, με θέματα ψηφιακού μάρκετινγκ και να πληροφορηθούν στους χώρους εργασίας για τις ενέργειες διαχείρισης κρίσεων. Η πρακτική εφαρμογή προσφέρει την ευκαιρία γραπτής και προφορικής επικοινωνίας με συναδέλφους στα συγκεκριμένα αντικείμενα στο πλαίσιο της λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου.

Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα

Όταν ολοκληρώσουν τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα είναι ικανοί /-ές να:

- Εφαρμόζουν τις διατάξεις του νομοθετικού πλαισίου λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου,
- Ασκούνται στον σχεδιασμό και στην κοστολόγηση ειδικών τουριστικών προϊόντων, τόσο του εναλλακτικού όσο και του επαγγελματικού τουρισμού,

- Αξιοποιούν τη σχετική ορολογία που αφορά τους αεροπορικούς ναύλους και την έκδοση εισιτηρίων,
- Οργανώνουν την απαιτούμενη πληροφορία με τη χρήση των συστημάτων λειτουργίας γραφείου ώστε να δημιουργούν ανταγωνιστικά τουριστικά πακέτα,
- Κάνουν χρήση των εργαλείων του ψηφιακού μάρκετινγκ,
- Συνεργάζονται με συναδελφικότητα και ομαδικό πνεύμα εντός της επιχείρησης, αλλά και με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων.

Βασικές έννοιες και λέξεις-κλειδιά

Ομαδικότητα / Συνεργασία / Ποιοτική εξυπηρέτηση / Ψηφιακό μάρκετινγκ / Ειδικά τουριστικά προϊόντα / Νομοθετικό πλαίσιο / Επικοινωνία.

Αριθμός ωρών διδασκαλίας της μαθησιακής ενότητας ανά εβδομάδα

Θεωρία (0), Εργαστήριο (2), Σύνολο (2).

Διάρθρωση των μαθησιακών ενοτήτων σε υποενότητες

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗΣ ΥΠΟΕΝΟΤΗΤΑΣ
1	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΜΑΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
2	ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ
3	ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
4	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
5	ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
6	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
7	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ
8	ΧΡΗΣΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Κείμενο αναφοράς

2.4.Θ.1 | ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΜΑΔΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές της ομαδικότητας και της επαγγελματικής συμπεριφοράς στον τουριστικό τομέα. Συγκεκριμένα, διδάσκονται πώς να συνεργάζονται αποτελεσματικά με συναδέλφους και πελάτες, να επιδεικνύουν συνέπεια, κοινωνικότητα και ευγένεια σε επαγγελματικά περιβάλλοντα. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες όπως η ενσυναίσθηση, η επικοινωνία και η διαχείριση συγκρούσεων, οι οποίες είναι απαραίτητες για την επιτυχή άσκηση της ειδικότητάς τους στον τουρισμό. Η ομαδικότητα είναι κρίσιμη σε τουριστικές επιχειρήσεις όπου η συνεργασία και ο συντονισμός μεταξύ

των μελών της ομάδας είναι απαραίτητοι για την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η βελτίωση της ικανότητας επικοινωνίας σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα και η ανάπτυξη στρατηγικών για την αποτελεσματική διαχείριση του άγχους και της πίεσης. Είναι σημαντικό οι εκπαιδευόμενοι/-ες να μάθουν να αναγνωρίζουν και να αξιοποιούν τις δυνάμεις και τις αδυναμίες των μελών της ομάδας τους, προκειμένου να επιτύχουν βέλτιστη συνεργασία και αποτελεσματικότητα. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνεται η συμμετοχή σε πρακτικές ασκήσεις και ομαδικές δραστηριότητες, όπως προσομοιώσεις και παιχνίδια ρόλων. Για παράδειγμα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμμετέχουν σε σενάρια εξυπηρέτησης πελατών όπου πρέπει να επιλύσουν προβλήματα και να λάβουν αποφάσεις ως ομάδα. Επιπλέον, η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) από την τουριστική βιομηχανία μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και να ενισχύσει την κατανόηση των εκπαιδευομένων για την εφαρμογή της ομαδικότητας και της επαγγελματικής συμπεριφοράς στην πράξη.

2.4.Θ.2 | ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες κατανοούν την πρακτική λειτουργία του τουριστικού τομέα μέσω επισκέψεων σε επαγγελματικούς χώρους όπως τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος. Αυτές οι επισκέψεις τους δίνουν την ευκαιρία να δουν από κοντά πώς λειτουργούν οι διάφορες δομές και να αντιληφθούν τις καθημερινές προκλήσεις και πρακτικές. Οι γνώσεις και δεξιότητες που αποκτώνται συνδέονται άμεσα με την άσκηση της ειδικότητάς τους, καθώς τους επιτρέπουν να κατανοήσουν τις πραγματικές συνθήκες εργασίας στον τομέα του τουρισμού. Μέσω της άμεσης επαφής, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναπτύσσουν δεξιότητες όπως η επαγγελματική συμπεριφορά, η κατανόηση της σημασίας της εξυπηρέτησης πελατών και η ικανότητα να συνεργάζονται με συναδέλφους και άλλους επαγγελματίες του τουρισμού. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η παρατήρηση των διαδικασιών, η ενεργή συμμετοχή σε συζητήσεις με επαγγελματίες και η καταγραφή σημειώσεων σχετικά με τις πρακτικές που παρατηρούν. Εστιάζουν επίσης στη διαχείριση του χρόνου και στη δέσμευση για την επαγγελματική δεοντολογία κατά τη διάρκεια των επισκέψεων. Προτείνεται η εφαρμογή πρακτικών μελέτης, όπως η δημιουργία ημερολογίων επίσκεψης, όπου καταγράφουν τις παρατηρήσεις τους και τις εντυπώσεις τους από κάθε επίσκεψη. Επίσης, μπορούν να διεξάγουν συνεντεύξεις με επαγγελματίες του κλάδου, για να αποκτήσουν βαθύτερη κατανόηση των λειτουργιών και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν. Αυτές οι πρακτικές ενισχύουν την κατανόησή τους και προετοιμάζουν καλύτερα τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες για την επαγγελματική τους σταδιοδρομία στον τουριστικό τομέα.

2.4.Θ.3 | ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΔΙΑΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν σε εργαστηριακές ασκήσεις διαθεματικού περιεχομένου, οι οποίες καλύπτουν διάφορες πτυχές του τουριστικού τομέα. Μέσα από αυτές τις ασκήσεις, αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες που συνδέονται άμεσα με την πρακτική εφαρμογή της θεωρίας στην επαγγελματική τους πορεία. Συγκεκριμένα, οι ασκήσεις τους βοηθούν να αναπτύξουν ικανότητες στον σχεδιασμό και την οργάνωση τουριστικών πακέτων, στη χρήση συστημάτων κρατήσεων και στην επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν σε τουριστικές επιχειρήσεις. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μαθαίνουν επίσης τη σημασία της ομαδικότητας, της συνεργασίας, της ποιοτικής εξυπηρέτησης και της επικοινωνίας στον τουριστικό τομέα. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν σε αυτή την υποενότητα είναι κρίσιμες για την άσκηση της ειδικότητάς τους. Η κατανόηση της πρακτικής πλευράς του τουρισμού, όπως η διαχείριση πελατών, η οργάνωση ειδικών τουριστικών προϊόντων και η εφαρμογή ψηφιακού μάρκετινγκ, είναι απαραίτητη για την επιτυχή λειτουργία σε ένα δυναμικό και απαιτητικό περιβάλλον. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται στην ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων, όπως η χρήση λογισμικού διαχείρισης κρατήσεων και η αντιμετώπιση καταστάσεων κρίσης, ενώ παράλληλα είναι ενήμεροι για το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Για την καλύτερη κατανόηση και εξάσκηση των γνώσεων αυτών, προτείνεται η συμμετοχή σε πρακτικές μελέτες περιπτώσεων (case studies), όπου αναλύουν πραγματικά παραδείγματα τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης, η συμμετοχή σε προσομοιώσεις εργαστηριακών περιβαλλόντων, όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να διαχειριστούν υποθετικά σενάρια, τους βοηθά να ενσωματώσουν τις θεωρητικές γνώσεις στην πράξη.

2.4.Θ.4 | ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να διαχειρίζονται και να σχεδιάζουν ειδικά τουριστικά προϊόντα, όπως τον εναλλακτικό και τον επαγγελματικό τουρισμό. Αποκτούν γνώσεις σχετικά με την ανάλυση της αγοράς και τις τάσεις του τουρισμού, καθώς και τις ανάγκες των πελατών. Εξοικειώνονται με τις στρατηγικές δημιουργίας και προώθησης τουριστικών προϊόντων που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και προτιμήσεις, όπως ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσουν είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, καθώς η ικανότητα σχεδιασμού και διαχείρισης εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων τους καθιστά ανταγωνιστικούς στην τουριστική βιομηχανία. Μαθαίνουν πώς να αξιοποιούν τοπικούς πόρους και πολιτιστικά χαρακτηριστικά για τη δημιουργία μοναδικών εμπειριών που προσελκύουν διαφορετικές κατηγορίες τουριστών/-ισών. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η κατανόηση των κανονισμών και των προτύπων ποιότητας που αφορούν τα ειδικά τουριστικά προϊόντα, καθώς και η ανάγκη για βιώσιμες πρακτικές που

προστατεύουν το περιβάλλον και προωθούν την τοπική κοινωνία. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνεται η συμμετοχή σε εργαστήρια και σεμινάρια που εστιάζονται στη δημιουργία και προώθηση ειδικών τουριστικών προϊόντων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να ασκηθούν στη διαμόρφωση επιχειρηματικών σχεδίων και στρατηγικών μάρκετινγκ για συγκεκριμένα προϊόντα, όπως η ανάπτυξη οικοτουριστικών προγραμμάτων ή η οργάνωση πολιτιστικών διαδρομών.

2.4.Θ.5 | ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές και τεχνικές για την παροχή ποιοτικής εξυπηρέτησης πελατών/-ισσών στις τουριστικές επιχειρήσεις. Κατανοούν τη σημασία της πελατοκεντρικής προσέγγισης και πώς αυτή μπορεί να βελτιώσει την ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών/-ισσών. Ειδικότερα, διδάσκονται πώς να επικοινωνούν αποτελεσματικά, να διαχειρίζονται παράπονα και να προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες που υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών/-ισσών. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες συνδέονται άμεσα με την ειδικότητά τους, καθώς η ικανότητα παροχής υψηλής ποιότητας εξυπηρέτησης είναι κρίσιμη για την επιτυχία στον τουριστικό τομέα. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ανάπτυξη ενσυναίσθησης, η κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών/-ισσών, καθώς και η ικανότητα προσαρμογής σε διαφορετικές καταστάσεις και πολιτισμικά πλαίσια. Είναι σημαντικό οι εκπαιδευόμενοι/-ες να εστιαστούν στην αναγνώριση και την επίλυση προβλημάτων γρήγορα και αποτελεσματικά, ενώ διατηρούν την επαγγελματική τους ψυχραιμία και ευγένεια. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες και εξάσκηση μέσω προσομοιώσεων. Συγκεκριμένα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμμετέχουν σε σενάρια εξυπηρέτησης πελατών/-ισσών όπου αντιμετωπίζουν πραγματικά προβλήματα και αναπτύσσουν στρατηγικές επίλυσης. Επίσης, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να πραγματοποιήσουν επισκέψεις σε τουριστικές επιχειρήσεις για να παρατηρήσουν από κοντά τις πρακτικές εξυπηρέτησης και να συζητήσουν με επαγγελματίες του κλάδου για τις προκλήσεις και τις βέλτιστες πρακτικές.

2.4.Θ.6 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές του ψηφιακού μάρκετινγκ και της διαχείρισης κρίσεων στον τουριστικό τομέα. Κατανοούν πώς τα ψηφιακά εργαλεία και οι τεχνολογίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και πώς να δημιουργούν αποτελεσματικές ψηφιακές στρατηγικές μάρκετινγκ. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες εξοικειώνονται με πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων, μηχανές αναζήτησης, email marketing και άλλες ψηφιακές τεχνικές που συμβάλλουν στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της εμπιστοσύνης των πελατών/-ισσών. Παράλληλα, διδάσκονται τη

σημασία της διαχείρισης κρίσεων στον τουριστικό τομέα και πώς να ανταποκρίνονται σε απρόβλεπτες καταστάσεις που μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρηση. Αναγνωρίζουν τα πιθανά σημεία κρίσης, καταρτίζουν σχέδια αντιμετώπισης και εφαρμόζουν στρατηγικές επικοινωνίας που διασφαλίζουν την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων και την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των πελατών/-ισών. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αναπτύσσονται σε αυτή την υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, καθώς το ψηφιακό μάρκετινγκ και η διαχείριση κρίσεων είναι κρίσιμα στοιχεία για την επιτυχία των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να εστιαστούν στην κατανόηση των σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων και τεχνικών, καθώς και στην ανάπτυξη στρατηγικών για την πρόληψη και διαχείριση κρίσεων. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες και εξάσκηση μέσω προσομοιώσεων. Συγκεκριμένα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να δημιουργήσουν και να διαχειριστούν ψηφιακές καμπάνιες μάρκετινγκ, να αναλύσουν δεδομένα από ψηφιακές πλατφόρμες και να συμμετάσχουν σε ασκήσεις διαχείρισης κρίσεων με βάση υποθετικά σενάρια.

2.4.Θ.7 | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν τις βασικές αρχές της επικοινωνίας και της συνεργασίας στα τουριστικά γραφεία. Κατανοούν τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας, τόσο γραπτής όσο και προφορικής, για την εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας ενός τουριστικού γραφείου και την παροχή άριστης εξυπηρέτησης στους πελάτες. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διδάσκονται πώς να επικοινωνούν σαφώς και αποτελεσματικά με συναδέλφους, πελάτες και συνεργάτες, χρησιμοποιώντας κατάλληλες τεχνικές και κανάλια επικοινωνίας. Στη συνεργασία, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να εργάζονται ομαδικά, να μοιράζονται πληροφορίες και να συντονίζουν τις δραστηριότητές τους για την επίτευξη κοινών στόχων. Διδάσκονται επίσης τη σημασία της ενσυναίσθησης, της ενεργητικής ακρόασης και της επίλυσης συγκρούσεων, ώστε να μπορούν να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τις διαφορές και να προάγουν ένα θετικό και παραγωγικό εργασιακό περιβάλλον. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες σε αυτή την υποενότητα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ειδικότητά τους, καθώς η ικανότητα επικοινωνίας και συνεργασίας είναι κρίσιμη για την επιτυχία στον τουριστικό τομέα. Είναι σημαντικό να εστιαστούν στην κατανόηση της δυναμικής των ομάδων και των τεχνικών επικοινωνίας που προάγουν τη συνεργασία και την αποτελεσματικότητα. Για την ενίσχυση της μάθησης, προτείνονται πρακτικές μελέτες και ασκήσεις συνεργασίας. Συγκεκριμένα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να συμμετέχουν σε ομαδικά έργα όπου καλούνται να συνεργαστούν για την επίλυση προβλημάτων ή την ανάπτυξη τουριστικών πακέτων. Επίσης, προσομοιώσεις επικοινωνιακών καταστάσεων, όπως η διαχείριση πελατών ή η εσωτερική επικοινωνία, μπορούν να προσφέρουν πολύτιμες πρακτικές εμπειρίες.

2.4.Θ.8 | ΧΡΗΣΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την υποενότητα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες αναγνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν το νομοθετικό πλαίσιο και τα συστήματα λειτουργίας γραφείου στον τουριστικό τομέα. Κατανοούν τις βασικές νομικές διατάξεις που διέπουν τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, όπως οι άδειες λειτουργίας, οι κανονισμοί ασφαλείας, τα δικαιώματα των καταναλωτών και οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων. Επιπλέον, εξοικειώνονται με τα συστήματα διαχείρισης γραφείου, τα οποία περιλαμβάνουν τη διαχείριση κρατήσεων, την τήρηση αρχείων, τη διαχείριση λογιστικών και οικονομικών στοιχείων και τη χρήση λογισμικού που διευκολύνει αυτές τις διαδικασίες. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτούν οι εκπαιδευόμενοι/-ες είναι κρίσιμες για την ειδικότητά τους, καθώς η κατανόηση και η εφαρμογή του νομοθετικού πλαισίου διασφαλίζει τη νόμιμη και αποδοτική λειτουργία των τουριστικών γραφείων. Η εξοικείωση με τα συστήματα διαχείρισης γραφείου ενισχύει την ικανότητά τους να οργανώνουν και να διαχειρίζονται πληροφορίες με ακρίβεια και αποτελεσματικότητα. Σημεία που χρήζουν προσοχής είναι η ενημέρωση σχετικά με τις πιο πρόσφατες νομοθετικές αλλαγές και η κατανόηση των διαδικασιών συμμόρφωσης με τους κανονισμούς. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να δώσουν έμφαση στην ακρίβεια και την προσοχή στη λεπτομέρεια κατά τη διαχείριση των αρχείων και των οικονομικών δεδομένων, καθώς και στη διασφάλιση της εμπιστευτικότητας και της προστασίας των προσωπικών δεδομένων των πελατών. Για την ενίσχυση της μάθησης, εκτός από τις παραδοσιακές πρακτικές ασκήσεις, προτείνεται η συμμετοχή σε βιωματικά εργαστήρια και εκπαιδευτικά ταξίδια σε τουριστικά γραφεία που εφαρμόζουν πρότυπες πρακτικές. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν επίσης να συμμετέχουν σε προγράμματα ανταλλαγής με άλλα τουριστικά γραφεία ή να παρακολουθήσουν διαδικτυακά σεμινάρια από νομικούς και ειδικούς στη διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων.

Προτεινόμενες πηγές μελέτης

Κύριες

1. Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing – λειτουργία – οικονομικά – σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά γραφεία: ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Συμπληρωματικές

1. Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2021). *Εξυπηρέτηση πελατών σε φιλοξενία & εστίαση: τα μυστικά για να προσφέρετε υπηρεσίες 5 αστέρων στους πελάτες σας*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
2. Σιώμκος, Γ. & Τσιάμης, Ι. (2019). *Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ* (2η έκδοση). Λευκωσία: Broken Hill Publishers.

3 | Διδακτική μεθοδολογία

Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών συναντήσεων, αξιοποιείται η συμμετοχική ή/και η βιωματική διδασκαλία. Έχοντας ως σημείο εκκίνησης τις βασικές αρχές εκπαίδευσης ενηλίκων, αλλά και τη σύνδεση της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας, η εκπαίδευση έχει ένα διπλό σημείο αναφοράς: την ενεργή ανταπόκριση στις μαθησιακές ανάγκες της συγκεκριμένης κάθε φορά ομάδας εκπαιδευομένων και τις ανάγκες που προκύπτουν στο περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Ο/Η εκπαιδευτής/-τρια οργανώνει και καθοδηγεί την εκπαιδευτική πράξη, επιλύει τυχόν προβλήματα, υποστηρίζει, ανατροφοδοτεί και ενδυναμώνει τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες. Διαμεσολαβεί, διευκολύνει και ενισχύει τη διαδικασία μάθησης, σε ομαδικό και σε ατομικό επίπεδο, συνδέοντας την κατάρτιση με τον κόσμο της εργασίας.

Η συμμετοχική και βιωματική εκπαίδευση διαμορφώνει ένα δημιουργικό περιβάλλον μάθησης και ενισχύει την αλληλεπίδραση εκπαιδευτή/-τριας και εκπαιδευομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν αντιληπτές, αλλά και να αξιοποιηθούν στην εκπαιδευτική διαδικασία οι ανάγκες, οι ιδιαιτερότητες, οι δυνατότητες, οι γνώσεις, οι δεξιότητες και οι εμπειρίες της συγκεκριμένης ομάδας των καταρτιζομένων. Προσφέρει τη δυνατότητα να γίνουν πρακτικές και ρεαλιστικές συνδέσεις με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας της συγκεκριμένης ειδικότητας.

Την υποστήριξη ενός αλληλεπιδραστικού περιβάλλοντος μάθησης ενισχύει η χρήση σύντομων εμπλουτισμένων εισηγήσεων και η συχνή εφαρμογή συμμετοχικών εκπαιδευτικών τεχνικών και μέσων. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι η ενίσχυση της συμμετοχής των καταρτιζομένων υποβοηθείται ενεργά με την αξιοποίηση απλών τεχνικών όπως είναι ο καταγισμός ιδεών, οι ερωτήσεις-απαντήσεις ή η συζήτηση, οι ατομικές ή/και ομαδικές ασκήσεις εφαρμογής ή επίλυσης προβλήματος, η προσομοίωση, η εργασία σε ομάδες, η μελέτη της εκάστοτε περίπτωσης. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αξιοποιούν τις παραπάνω ή ανάλογες εκπαιδευτικές τεχνικές αντλούν τα θέματά τους από τη θεματολογία της κάθε μαθησιακής ενότητας και τα σχετικά ζητήματα που συνδέονται με το πραγματικό περιβάλλον εργασίας.

Η εκπαίδευση σε συγκεκριμένες –ατομικές ή/και ομαδικές– δραστηριότητες μέσα στην τάξη και στα εργαστήρια προετοιμάζει τα μέλη της ομάδας για τη συμμετοχή τους στην πρακτική άσκηση/μαθητεία. Η σταδιακή εξειδίκευση της γνώσης, η ανάπτυξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων/ικανοτήτων, καθώς και η καλλιέργεια κατάλληλων στάσεων και συμπεριφορών σε κρίσιμα ζητήματα δεοντολογίας, υγείας και ασφάλειας κ.λπ. προετοιμάζουν τη συγκεκριμένη κάθε φορά ομάδα εκπαιδευομένων για τα επόμενα βήματα. Το πρόγραμμα κατάρτισης συνδυάζει την απόκτηση θεωρητικών γνώσεων με την ανάπτυξη αναγκαίων πρακτικών δεξιοτήτων για την αποτελεσματική άσκηση του επαγγέλματος.

Σε ανάλογη κατεύθυνση, στο πλαίσιο της πρακτικής εφαρμογής της ειδικότητας, δίνεται και η δυνατότητα ανάπτυξης διαθεματικών προγραμμάτων/σχεδίων δραστηριοτήτων (projects), με σύγχρονη εφαρμογή διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων και θεματικών. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες μπορούν να αναπτύσσονται σε μεγαλύτερη ή μικρότερη χρονική έκταση και να συμπεριλαμβάνουν, ενδεικτικά, επισκέψεις σε χώρους εργασίας και εγκαταστάσεις παραγωγής, συναντήσεις με έμπειρους επαγγελματίες της ειδικότητας ή ειδικούς του συγκεκριμένου παραγωγικού τομέα και κλάδου, υλοποίηση ομαδικών εργασιών με συνδυασμό διαφορετικών μαθησιακών ενοτήτων, υπό την καθοδήγηση ομάδας εκπαιδευτών/-τριών ή ακόμη και δημιουργία ομάδων εκπαιδευομένων με στόχο την αμοιβαία άσκηση, μελέτη και αλληλοδιδασκαλία. Το σύνολο των παραπάνω δραστηριοτήτων μπορεί να αξιοποιηθεί και αυτόνομα, ανεξάρτητα δηλαδή από την υλοποίηση ενός συνολικότερου project.

Η ανάπτυξη συνεργατικού κλίματος μεταξύ των εκπαιδευομένων και η καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης με τους/τις εκπαιδευτές/-τριες συντελούν στη δημιουργία μιας κοινότητας μάθησης, η οποία μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντική για την ενίσχυση των διεργασιών μάθησης τόσο κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας όσο και μετά από αυτήν, σε περιόδους μελέτης ή/και προετοιμασίας για τις διαδικασίες αξιολόγησης/πιστοποίησης των γνώσεων και δεξιοτήτων που έχουν αποκτηθεί.

Η ενίσχυση της συνεργασίας και της δημιουργίας μιας κοινότητας μάθησης είναι δυνατόν να επηρεάσει και τον τρόπο μελέτης των εκπαιδευομένων προς μια πιο ενεργητική, δημιουργική στάση διερεύνησης και εξοικείωσης με τη γνώση. Η τήρηση προσωπικών σημειώσεων και η ανταλλαγή τους μεταξύ των εκπαιδευομένων, η μελέτη πρόσθετων βιβλιογραφικών –ελληνόφωνων και ξενόγλωσσων– πηγών, η αναζήτηση συμπληρωματικών ερεθισμάτων στο ευρύτερο κοινωνικό και επαγγελματικό περιβάλλον (παρακολούθηση οπτικοακουστικού υλικού, επαγγελματικών περιοδικών, της εξέλιξης θεσμικού πλαισίου κ.λπ.), σχετικών με την επαγγελματική ειδικότητα, είναι δυνατόν να αποτελέσουν σημαντικά συστατικά για τη διαμόρφωση μιας ισχυρής σχέσης με την εξειδικευμένη επαγγελματική γνώση και τις δεξιότητες που απαιτεί το επάγγελμα.

Η παρακολούθηση ενός εντατικού προγράμματος κατάρτισης μεγάλης διάρκειας αναγκαστικά επιφέρει αλλαγές στην καθημερινότητα των εκπαιδευομένων. Η αποδοτική διαχείριση του καθημερινού χρόνου απαιτεί προσωπικό προγραμματισμό και φροντίδα. Η συστηματική πρόβλεψη ενός χρονικού διαστήματος μελέτης, καθημερινά, όπως και η τήρηση ενός ημερολογίου μάθησης όπου οι εκπαιδευόμενοι/-ες θα καταγράφουν την καθημερινή τους πρόοδο και ενδεχομένως θα σημειώνουν και ερωτήματα ή παρατηρήσεις, σχετικές με την κάθε μαθησιακή ενότητα, μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμες και πολύ δημιουργικές πρακτικές ενίσχυσης των διαδικασιών μάθησης.

Η φοίτηση στις Σχολές Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης είναι περίοδος διαμόρφωσης μιας μελλοντικής επαγγελματικής ταυτότητας. Είναι η αρχή μιας νέας προσωπικής ιστορίας και μιας διαρκούς εξέλιξης μπροστά σε απαιτήσεις και αναγκαιότητες που χαρακτηρίζουν την κάθε επαγγελματική ειδικότητα. Είναι η ευκαιρία

διασύνδεσης του/της κάθε εκπαιδευομένου/-ης με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις που είναι κοινές στην επαγγελματική κοινότητα στην οποία σταδιακά θα ενταχθεί.

4 | Υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της κατάρτισης

Για την προστασία των καταρτιζομένων, τόσο στην αίθουσα διδασκαλίας και στους εργαστηριακούς χώρους της ΣΑΕΚ όσο και στις επιχειρήσεις που επισκέπτονται για την υλοποίηση της πρακτικής άσκησης/μαθητείας, τηρούνται όλες οι προβλεπόμενες διατάξεις για τους κανόνες υγείας και ασφάλειας στην ειδικότητα και στο επάγγελμα, αλλά και ευρύτερα, όπως προβλέπονται ιδίως από:

- Τον κώδικα νόμων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων (βλ. Ν. 3850/2010), όπως ισχύει,
- Τις διατάξεις του κτιριοδομικού κανονισμού (βλ. ΠΔ 3046/304/1989, ΦΕΚ 59/Δ/3-2-1989), όπως ισχύει,
- Τον κανονισμό λειτουργίας των εργαστηριακών κέντρων (ΦΕΚ 1318/Β/2015), όπως ισχύει,
- Το ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021, Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484 με θέμα την «Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων», όπως ισχύει,
- Το ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021, Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. ΦΒ7/108652/Κ3, με θέμα το «Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας», όπως ισχύει.

Παρακάτω παρατίθενται οι βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας, καθώς και ο σχετικός αναγκαίος ατομικός εξοπλισμός για τις συνθήκες άσκησης της ειδικότητας:

4.1 • Βασικοί κανόνες υγείας και ασφάλειας

Οι κίνδυνοι που παραμονεύουν στους χώρους της εκπαίδευσης και κατάρτισης τις περισσότερες φορές είναι σχεδόν ίδιοι με τους κινδύνους που υπάρχουν σε κάθε άλλο χώρο εργασίας και συγκεκριμένα σε χώρο γραφείου. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στα εξής:

1. Στη σωστή στάση σώματος κατά τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, ώστε να αποφεύγονται μυοσκελετικά προβλήματα,
 - Αποφυγή εστίασης στην οθόνη του υπολογιστή κατά διαστήματα, ώστε να προστατευτεί η υγεία των ματιών των εκπαιδευομένων και των διδασκόντων/-ουσών,
 - Όρθια στάση κατά τα διαλείμματα, ώστε να, αλλάζει η στάση του σώματος,
2. Απαγόρευση εισόδου τροφίμων και ποτών στον χώρο του εργαστηρίου, με σκοπό την αποφυγή της καταστροφής του εξοπλισμού,
3. Καθαρισμός εξοπλισμού, με σκοπό την αποφυγή μετάδοσης ασθενειών και μολύνσεων,

- Τακτικός καθαρισμός των συσκευών με τις οποίες έρχονται σε επαφή τα δάκτυλα, όπως πληκτρολόγια και ποντίκια, για λόγους απολύμανσης και καθαριότητας. Ο καθαρισμός γίνεται με ειδικό υγρό σε μορφή σπρέι, το οποίο στη συνέχεια σκουπίζεται με χάρτινη πετσέτα μιας χρήσης ή ειδικό πανί,
 - Τακτικός καθαρισμός των οθονών για καλύτερη θέαση. Ο καθαρισμός γίνεται με ειδικό υγρό σε μορφή σπρέι, το οποίο στη συνέχεια σκουπίζεται με χάρτινη πετσέτα μιας χρήσης ή ειδικό πανί,
4. Ποιότητα του αέρα και αναπνευστική υγεία,
- Συχνός αερισμός του χώρου για λόγους ανανέωσης του αέρα, αλλά και υγιεινής του μικροκλίματος της αίθουσας,
 - Συχνός καθαρισμός του κλιματιστικού της τάξης, εφόσον υπάρχει.

4.2 • Μέσα ατομικής προστασίας

Δεν απαιτείται για τη διενέργεια των προβλεπόμενων ανά εξάμηνο εργαστηρίων χρήση μέσων ατομικής προστασίας.



Προδιαγραφές υλοποίησης πρακτικής άσκησης

1 | Ο θεσμός της πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση συνδέεται άρρηκτα με τη θεωρητική κατάρτιση, αφού κατά τη διάρκεια της οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες ανακαλούν τη θεωρητική και εργαστηριακή γνώση για να την εφαρμόσουν στην πράξη και να αντεπεξέλθουν στις εργασίες που τους ανατίθενται. Καλούνται να αναλάβουν συγκεκριμένα καθήκοντα και να δώσουν λύση σε πρακτικά προβλήματα που ανακύπτουν, υπό την εποπτεία των εκπαιδευτών/-τριών. Έτσι, ο θεσμός της πρακτικής άσκησης στοχεύει στην ανάπτυξη επαγγελματικών ικανοτήτων/δεξιοτήτων σχετικών με την ειδικότητα, στην ενίσχυση της επαφής με τον εργασιακό χώρο και την προετοιμασία των εκπαιδευομένων για την παραγωγική διαδικασία, μέσω της απόκτησης εμπειριών ιδιαίτερα χρήσιμων για τη μετέπειτα επαγγελματική τους πορεία.

Αναλυτικότερα, η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες των ΣΑΕΚ και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης (Άρθρο 27 του Ν. 4763/2020 για το Εθνικό Σύστημα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης).

Στη συνέχεια, αναφέρονται χρήσιμες πληροφορίες για τον θεσμό της πρακτικής άσκησης, όπως περιγράφονται στη σχετική νομοθεσία,² και αφορούν τις βασικές προϋποθέσεις, τον τρόπο και τους όρους υλοποίησής της.

Διάρκεια πρακτικής άσκησης

Η συνολική διάρκεια της περιόδου πρακτικής άσκησης είναι εννιακόσιες εξήντα (960) ώρες. Οι ώρες πρακτικής ανά ημέρα καθορίζονται σε τέσσερις (4) έως οκτώ (8), ανάλογα με τη φύση και το αντικείμενο της ειδικότητας κατάρτισης του/της ασκουμένου/-ης. Δεν επιτρέπεται η υπέρβαση του ημερήσιου ωραρίου πέραν των ωρών που ορίζονται στην ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης.

2 Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο Μέρος Δ' του εκπαιδευτικού εγχειριδίου και που αφορούν τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης, τους όρους υλοποίησης, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των πρακτικά ασκουμένων προέρχονται από το ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484. Πρακτική άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Όροι υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση δύναται να πραγματοποιείται σε θέσεις που προσφέρονται από φυσικά πρόσωπα, ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ, δημόσιες υπηρεσίες, ΟΤΑ α΄ και β΄ βαθμού και επιχειρήσεις. Εξαιρούνται:

- α) Προσωρινής απασχόλησης
- β) Τα νυχτερινά κέντρα
- γ) Παροχής καθαριότητας και φύλαξης
- δ) Τα πρακτορεία τυχερών παιχνιδιών
- ε) Κάθε επιχείρηση στην οποία δεν είναι εφικτός ο έλεγχος της εκπαίδευσης από τον αρμόδιο φορέα.

Ο/Η εκπαιδευόμενος/-η ΣΑΕΚ, προκειμένου να πραγματοποιήσει πρακτική άσκηση, υπογράφει ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης με τον/την εργοδότη/-τρια, η οποία θεωρείται από τη ΣΑΕΚ φοίτησης. Η ειδική σύμβαση πρακτικής άσκησης δεν συνιστά σύμβαση εξαρτημένης εργασίας.

Βασικός συντελεστής για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης είναι και ο/η εκπαιδευτής/-τρια της επιχείρησης ή υπηρεσίας, ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την παρακολούθηση και υποστήριξη των ασκουμένων. Σε αυτή την κατεύθυνση, ο/η εργοδότης/-τρια ορίζει έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με αυτήν του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης ως «εκπαιδευτή στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας και την παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης.

Η παρακολούθηση της προόδου του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης γίνεται μέσω του βιβλίου πρακτικής άσκησης. Αναλυτικότερα, σε αυτό καταγράφει ο/η ίδιος/-α ο/η ασκούμενος/-η κατά εβδομάδα τις εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκε, αλλά και τα καθήκοντα που του/της ανατέθηκαν στον χώρο πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης. Κάθε εβδομαδιαία καταχώρηση ελέγχεται και υπογράφεται από τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας.

2 | Οδηγίες για τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η

2.1 • Προϋποθέσεις εγγραφής στο πρόγραμμα πρακτικής άσκησης

Η πρακτική άσκηση είναι υποχρεωτική για τους/τις εκπαιδευόμενους/-ες των Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης και θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την απόκτηση Βεβαίωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Για την έναρξη της πρακτικής άσκησης στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», οι εκπαιδευόμενοι/-ες πρέπει να έχουν συμπληρώσει το Εξάμηνο Δ' της φοίτησής τους στις ΣΑΕΚ. Στην περίπτωση αυτή μπορούν να τοποθετηθούν σε θέση πρακτικής της ειδικότητάς τους.

2.2 • Δικαιώματα και υποχρεώσεις του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης

Βασική προϋπόθεση για την επιτυχή υλοποίηση ενός προγράμματος πρακτικής άσκησης είναι η γνώση και η εφαρμογή των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων κάθε εμπλεκόμενου μέλους όπως ορίζονται στην εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία. Στη συνέχεια, παρατίθενται κάποια δικαιώματα και υποχρεώσεις των πρακτικά ασκουμένων.

Δικαιώματα πρακτικά ασκουμένων

1. Τμηματική ή συνεχόμενη υλοποίηση της πρακτικής άσκησης,
2. Δυνατότητα αποζημίωσης, η οποία ορίζεται στο 80% του νόμιμου, νομοθετημένου, κατώτατου ορίου του ημερομισθίου του ανειδίκευτου εργάτη, ή όπως αυτό διαμορφώνεται από το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων ή αναλογικά, αν η ημερήσια διάρκεια της πρακτικής είναι μικρότερη των οκτώ (8) ωρών. Η αποζημίωση καταβάλλεται στον/στην πρακτικά ασκούμενο/-η μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης. Σε περίπτωση μη δυνατότητας χρηματοδότησης της αποζημίωσης της πρακτικής άσκησης, δεν υφίσταται η υποχρέωση αποζημίωσής της, παρά μόνο η υποχρέωση του/της εργοδότη/-τριας να αποδίδει τις προβλεπόμενες ασφαλιστικές εισφορές,
3. Υπαγωγή στην ασφάλιση του e-ΕΦΚΑ (πρώην ΙΚΑ-ΕΤΑΜ) για τον κλάδο του ατυχήματος. Για την ασφάλισή του/της καταβάλλονται οι προβλεπόμενες από την παρ. 1 του άρθρου 10 του Ν. 2217/1994 (Α' 83) ασφαλιστικές εισφορές, οι οποίες βαρύνουν το φυσικό ή νομικό πρόσωπο (εργοδότης/-τρια) στο οποίο υλοποιείται η πρακτική άσκηση,
4. Δικαίωμα αναφοράς στη ΣΑΕΚ της μη τήρησης των όρων πρακτικής άσκησης,

5. Δικαίωμα διακοπής πρακτικής άσκησης βάσει τεκμηρίωσης και σχετική δήλωση στη ΣΑΕΚ εποπτείας,
6. Αλλαγή εργοδότη/-τριας, εφόσον συντρέχει τεκμηριωμένος σοβαρότατος λόγος.
7. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες δεν απασχολούνται την Κυριακή και τις επίσημες αργίες.

Υποχρεώσεις πρακτικά ασκουμένων

1. Τήρηση του ημερήσιου ωραρίου πρακτικής άσκησης, όπως ορίζεται στην ειδική σύμβαση.
2. Τήρηση των όρων υγείας και ασφάλειας του/της εργοδότη/-τριας.
3. Σεβασμός της κινητής και ακίνητης περιουσίας του/της εργοδότη/-τριας.
4. Αρμονική συνεργασία με τα στελέχη του/της εργοδότη/-τριας.
5. Προσκόμιση, όπου απαιτείται, όλων των απαραίτητων ιατρικών βεβαιώσεων για την εξάσκηση του επαγγέλματος.
6. Προσκόμιση στη ΣΑΕΚ των απαραίτητων δικαιολογητικών, πριν από την έναρξη και μετά τη λήξη της πρακτικής άσκησης, αλλά και σε περίπτωση διακοπής της.
7. Ενημέρωση, σε περίπτωση απουσίας του/της ασκουμένου/-ης, της επιχείρησης και της ΣΑΕΚ εποπτείας.
8. Τήρηση βιβλίου πρακτικής άσκησης, το οποίο διατίθεται από τη ΣΑΕΚ και στο οποίο αναγράφονται από τους/τις ασκούμενους/-ες κατά εβδομάδα οι εργασίες με τις οποίες ασχολήθηκαν και τα καθήκοντα που τους ανατέθηκαν στον χώρο πραγματοποίησης της πρακτικής άσκησης.
9. Προσκόμιση στο τέλος κάθε μήνα στη ΣΑΕΚ φοίτησης ή εποπτείας της πρακτικής άσκησης του βιβλίου πρακτικής άσκησης για σχετικό έλεγχο.
10. Υποβολή, μετά την ολοκλήρωση της πρακτικής άσκησης, του βιβλίου πρακτικής άσκησης στη ΣΑΕΚ φοίτησης, συμπληρωμένου με τις εβδομαδιαίες εκθέσεις, τον χρόνο και το αντικείμενο απασχόλησης, τις ημέρες απουσίας και την επίδοσή του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης. Υποβολή του εντύπου λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) της πρακτικής άσκησης, συμπληρωμένου, υπογεγραμμένου και σφραγισμένου από τον/την εργοδότη/-τρια-νόμιμο/-η εκπρόσωπο του φορέα απασχόλησης, στο οποίο βεβαιώνεται ότι ο/η εκπαιδευόμενος/-η πραγματοποίησε την πρακτική άσκηση στην επιχείρηση/οργανισμό, καθώς και το χρονικό διάστημα αυτής.
11. Άμεση ενημέρωση της ΣΑΕΚ φοίτησης από τον/την πρακτικά ασκούμενο/-η σε περίπτωση διακοπής της πρακτικής άσκησης και προσκόμιση του βιβλίου πρακτικής άσκησης και του εντύπου λήξης (Βεβαίωση Παρουσίας) με τις ημέρες πρακτικής άσκησης που έχουν πραγματοποιηθεί. Για να συνεχίσει ο/η εκπαιδευόμενος/-η την πρακτική άσκηση, για το υπόλοιπο του προβλεπόμενου διαστήματος, στον ίδιο ή σε άλλο φορέα απασχόλησης (εργοδότη/-τρια), θα πρέπει να ακολου-

θηθεί εκ νέου η διαδικασία έναρξης πρακτικής άσκησης. Αν η διακοπή της πρακτικής άσκησης γίνει από τον/την εργοδότη/-τρια, τότε οφείλει ο/η τελευταίος/-α να ενημερώσει άμεσα τη ΣΑΕΚ φοίτησης του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης.

2.3 • Φορείς υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Κάθε πρακτικά ασκούμενος/-η πραγματοποιεί την πρακτική άσκηση σε τμήματα των φορέων απασχόλησης αντίστοιχα με την ειδικότητά του/της, με την εποπτεία υπεύθυνου/-ης του φορέα, ειδικότητας αντίστοιχης με το αντικείμενο κατάρτισής του/της.

Ειδικότερα, στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού» οι εκπαιδευόμενοι/-ες πραγματοποιούν πρακτική άσκηση σε τομείς που σχετίζονται με τον τουρισμό, σε φορείς/επιχειρήσεις όπως τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχειακές μονάδες, γραφεία τουριστικής προβολής κ.ά. Στην περίπτωση που η εν λόγω τουριστική επιχείρηση διαθέτει πολλά τμήματα λόγω μεγέθους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες μπορούν να απασχοληθούν σε θέσεις εργασίας στο Τμήμα Προγραμματισμού, στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Δημοσίων Σχέσεων (Marketing & PR), στο Τμήμα Οικονομικών Δραστηριοτήτων (Operations), στο Τμήμα Επαγγελματικού Τουρισμού (Corporate & business travel), στο Τμήμα Υποδοχής, στο Τμήμα Έκδοσης Εισιτηρίων (Ticketing), στο Τμήμα Εξερχόμενου Τουρισμού, στο Τμήμα Εισερχόμενου Τουρισμού (Incoming), στο Τμήμα Συνεδριακού Τουρισμού (Congress Tourism). Ειδικά στην περίπτωση των διαδικτυακών τουριστικών γραφείων-πρακτορείων (OTA), υπάρχει δυνατότητα απασχόλησης στο Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών/-ισσών (customer service).

3 | Ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της πρακτικής άσκησης

Ο/Η εργοδότης/-τρια της επιχείρησης που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης ορίζει ένα έμπειρο στέλεχος συναφούς επαγγελματικής ειδικότητας με αυτήν του/της πρακτικά ασκουμένου/-ης ως «εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας», ο/η οποίος/-α αναλαμβάνει την αποτελεσματική υλοποίηση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στον χώρο εργασίας, την παρακολούθηση της προόδου των πρακτικά ασκουμένων και την ανατροφοδότηση των υπεύθυνων εκπαιδευτών/-τριών στην εκπαιδευτική δομή.

Αναλυτικότερα, ο/η εκπαιδευτής/-τρια είναι το συνδετικό πρόσωπο του/της εργοδότη/-τριας της επιχείρησης με την εκπαιδευτική δομή (ΣΑΕΚ) και, κατά συνέπεια, έχει συνεχή συνεργασία με αυτήν. Επιπλέον, ο ρόλος του/της αφορά την παροχή συμβουλών, πληροφοριών ή καθοδήγησης, καθώς πρόκειται για ένα άτομο με χρήσιμη εμπειρία, δεξιότητες και εξειδίκευση, το οποίο υποστηρίζει την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη των πρακτικά ασκουμένων.

4 | Προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα της πρακτικής άσκησης

Κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης επιδιώκεται η αναβάθμιση των γνώσεων, των επαγγελματικών δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των σπουδαστών/-τριών ΣΑΕΚ, με αποτέλεσμα την ομαλή μετάβασή τους από την αίθουσα κατάρτισης στον χώρο εργασίας και μάλιστα υπό πραγματικές εργασιακές συνθήκες. Στο πλαίσιο αυτής της μετάβασης και της ομαλής ένταξης, οι ασκούμενοι/-ες στην πρακτική άσκηση καλούνται να καλλιεργήσουν όχι μόνο επαγγελματικές δεξιότητες που αφορούν την ειδικότητα και δεν εξαντλούνται στο πλαίσιο της αίθουσας κατάρτισης, αλλά και οριζόντιες δεξιότητες που ενισχύουν την επαγγελματική τους συμπεριφορά και καλλιεργούν την περιβαλλοντική και την επιχειρηματική κουλτούρα. Έτσι, η πρακτική άσκηση αποτελεί ένα προπαρασκευαστικό στάδιο κατά το οποίο αναβαθμίζονται οι γενικές και ειδικές γνώσεις, συντελούνται σημαντικές διεργασίες επαγγελματικού προσανατολισμού και διευκολύνεται η επαγγελματική ανάπτυξη του ατόμου.

Αναλυτικότερα, κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης δίνεται η δυνατότητα στον/στην ασκούμενο/-η, κατά την πρακτική άσκηση, να ασκηθεί στις εργασίες που απορρέουν από τα επιμέρους μαθησιακά αποτελέσματα του προγράμματος κατάρτισης στην ειδικότητα. Η άσκηση μπορεί να επιτευχθεί μέσω της παρατήρησης της εργασίας, της συμμετοχής σε ομάδα εκτέλεσης της εργασίας, της καθοδηγούμενης εργασίας ή της δοκιμής/αυτόνομης εκτέλεσης της εργασίας από τον/την ασκούμενο/-η.

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων της πρακτικής άσκησης για την ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα του Τουρισμού» και οι αντίστοιχες ενδεικτικές εργασίες και ειδικές προδιαγραφές ανά ενότητα κατά τη διάρκεια της πρακτικής άσκησης. Επισημαίνεται ότι οι εν λόγω εργασίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους/τις πρακτικά ασκούμενους/-ες για τη συμπλήρωση του βιβλίου πρακτικής άσκησης.

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
A. «Αρχές διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων»	• Ανάλυση των ιδιαιτεροτήτων του τουριστικού φαινομένου, • Συσχέτιση των διαφορετικών τομέων της τουριστικής βιομηχανίας, • Εφαρμογή των αρχών της οικονομικής θεωρίας και της διοίκησης επιχειρήσεων, • Εφαρμογή των αρχών της λειτουργικής και της στρατηγικής διοίκησης των τουριστικών επιχειρήσεων, • Εφαρμογή των βασικών λειτουργιών που αφορούν τη λογιστική στις τουριστικές επιχειρήσεις.	• Η/Υ, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Εκτυπωτής, Οπτικός σαρωτής, πολυμηχάνημα, • Αναλώσιμα γραφείου (χαρτική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.), • ΟΠΣ (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα), • Διαδίκτυο.
B. «Λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της οργάνωσης ταξιδιών» συνέχεια >>	• Διάκριση των αρμοδιοτήτων των τμημάτων των επιχειρήσεων φιλοξενίας και των υπηρεσιών που παρέχουν, • Διάκριση των αρμοδιοτήτων των τμημάτων των τουριστικών γραφείων και των υπηρεσιών που παρέχουν, • Αξιοποίηση λογισμικού διαχείρισης του προϊόντος και των υπηρεσιών των επιχειρήσεων φιλοξενίας: διαχείριση δωματίων, δημιουργία και διαχείριση κρατήσεων, αφίσες και αναχωρήσεις πελατών/-ισσών, έκδοση και εξόφληση λογαριασμών κ.λπ., • Χρησιμοποίηση συστήματος διανομής τουριστικού προϊόντος: έκδοση εισιτηρίων, πραγματοποίηση και διαχείριση κρατήσεων κ.λπ., • Σχεδίαση τουριστικών πακέτων σύμφωνα με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις των πελατών/-ισσών, • Συμμετοχή στη διαδικασία κράτησης και πώλησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,	• Η/Υ, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Εκτυπωτής, Οπτικός σαρωτής, πολυμηχάνημα, • Αναλώσιμα γραφείου (χαρτική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.), • ΟΠΣ (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα), • Διαδίκτυο.

συνέχεια >>

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
« συνέχεια Β. «Λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα της οργάνωσης ταξιδιών»	• Αναγνώριση των βασικών κανόνων και όρων στην έκδοση αεροπορικών ναύλων, • Χρήση της ταξιδιωτικής ορολογίας στο πλαίσιο της επικοινωνίας στα αγγλικά και στα γαλλικά, • Εφαρμογή των βασικών αρχών εξυπηρέτησης πελατών/-ισσών στις τουριστικές επιχειρήσεις, • Διαχείριση κρίσεων με ασφάλεια και επαγγελματισμό σε επιχειρήσεις φιλοξενίας και οργάνωσης ταξιδιών, • Αναγνώριση σημαντικών τουριστικών προορισμών σε εθνικό και σε παγκόσμιο επίπεδο.	
Γ. «Νέες τεχνολογίες στον τομέα του τουρισμού»	• Χρησιμοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην ταξιδιωτική βιομηχανία, • Αναγνώριση της αξίας των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στην ταξιδιωτική βιομηχανία, • Χρησιμοποίηση βασικών εφαρμογών γραφείου σε υπολογιστικό περιβάλλον, • Υποστήριξη της λειτουργίας μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης στην ταξιδιωτική βιομηχανία, • Συμμετοχή στη βελτιστοποίηση της δομής και του περιεχομένου των διαδικτυακών τόπων, των ιστοσελίδων και του ηλεκτρονικού καταστήματος μιας τουριστικής επιχείρησης, • Αναγνώριση στοιχείων του εμπορικού δικαίου, της τουριστικής νομοθεσίας και του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ).	• Η/Υ, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Εκτυπωτής, Οπτικός σαρωτής, πολυμηχάνημα, • Αναλώσιμα γραφείου (χαρτική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.), • ΟΠΣ (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα), • Διαδίκτυο, • Ειδικά λογισμικά τουριστικού γραφείου.

**Πίνακας 3 /// Ενότητες προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων
πρακτικής άσκησης**

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
Δ. «Εξυπηρέτηση πελατών/-ισσών- πωλήσεις υπηρεσιών τουριστικού τομέα»	• Συμμετοχή στη δημιουργία προωθητικού υλικού, • Συμμετοχή στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών, • Υποστήριξη των πωλήσεων. • Συμμετοχή στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών/-ισσών, • Υποστήριξη της διαχείρισης προβλημάτων και παραπόνων πελατών/-ισσών, • Συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη μελλοντική εξέλιξη των τουριστικών υπηρεσιών.	• Η/Υ, • Σουίτα εφαρμογών γραφείου, • Εκτυπωτής, Οπτικός σαρωτής, πολυμηχάνημα, • Αναλώσιμα γραφείου (χαρτική ύλη, φάκελοι, ντοσιέ κ.λπ.), • ΟΠΣ (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα), • Διαδίκτυο, • Ειδικά λογισμικά τουριστικού γραφείου, • Σύνδεση με κοινωνικά δίκτυα (social media management).

5 | Αναλυτικό περιεχόμενο προγράμματος πρακτικής άσκησης

5.1.A • ΑΡΧΕΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κατά την πρακτική άσκηση των σπουδαστών/-τριών της ειδικότητας «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες αποκτούν σημαντικές γνώσεις που αφορούν στις ιδιομορφίες του τουριστικού φαινομένου, τη δομή των τουριστικών επιχειρήσεων και τη διαχείριση αυτών. Μαθαίνουν να αναλύουν την τουριστική αγορά, να συσχετίζουν τις διάφορες υποδιαιρέσεις της επιχείρησης (π.χ. διαμονή, μεταφορές, εστίαση) και να εφαρμόζουν τα πορίσματα της διοίκησης επιχειρήσεων στη βέλτιστη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες καλούνται να συμμετέχουν ενεργά στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης, εφαρμόζοντας τις γνώσεις που αποκτούν κατά τη θεωρητική και εργαστηριακή τους κατάρτιση. Για παράδειγμα, συμμετέχουν στη διαχείριση κρατήσεων, την οργάνωση πακέτων διακοπών και την επικοινωνία με προμηθευτές και πελάτες/-ισες. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, εμπεδώνουν τις δεξιότητές τους στη στρατηγική και τη λειτουργική διοίκηση, ενώ τους δίνεται η ευκαιρία να εφαρμόζουν γνώσεις λογιστικής για την καταγραφή και παρακολούθηση οικονομικών δεδομένων των επιχειρήσεων. Οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες χρησιμοποιούν απαραίτητο εξοπλισμό, όπως ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων, λογισμικά διαχείρισης τουριστικών επιχειρήσεων και εργαλεία λογιστικής. Η εκπαίδευση στη χρήση αυτών των εργαλείων πραγματοποιείται με στόχο τη διευκόλυνση και την ασφάλεια της εργασίας τους. Η καθοδήγηση για την ασφαλή χρήση του λογισμικού και η προσεκτική καταγραφή δεδομένων είναι κρίσιμα σημεία στα οποία πρέπει να εστιάζεται η προσοχή. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στη συμμόρφωση με τον Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (GDPR), καθώς οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες έρχονται σε επαφή με προσωπικά δεδομένα πελατών/-ισών. Πρέπει να εφαρμόζουν αυστηρές διαδικασίες για την προστασία αυτών των δεδομένων. Επίσης, είναι σημαντικό να δίνουν έμφαση στην ακρίβεια κατά την εκτέλεση λογιστικών εργασιών και στη σωστή επικοινωνία με τους πελάτες. Ορισμένες εργασίες, όπως η υπογραφή συμβάσεων ή η επίσημη εκπροσώπηση της επιχείρησης σε νομικές υποθέσεις, δεν ανατίθενται στους πρακτικά ασκούμενους/-ες. Αυτές απαιτούν την επίβλεψη ή την εκτέλεση από έμπειρα στελέχη της επιχείρησης. Ωστόσο, οι ασκούμενοι/-ες έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν και να κατανοήσουν τις διαδικασίες που αφορούν αυτές τις εργασίες.

5.1.B • ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Οι εκπαιδευόμενοι/-ες διακρίνουν τις εργασίες και τις παρεχόμενες υπηρεσίες των διαφόρων τμημάτων, όπως το τμήμα κρατήσεων, εξυπηρέτησης πελατών και διαχείρισης ταξιδιών. Μέσω της παρατήρησης και της ενεργής συμμετοχής, κατανοούν τη δομή και τη λειτουργία κάθε τμήματος και τον ρόλο του στο συνολικό έργο της επιχείρησης. Σχεδιάζουν τουριστικά πακέτα σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών/-ισσών. Σε συνεργασία με τους προϊσταμένους και άλλους συναδέλφους, εξετάζουν τα δεδομένα των πελατών/-ισσών και προσαρμόζουν τα πακέτα σε αυτούς/-ές, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως το κόστος, τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα των υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την αναζήτηση πληροφοριών για τουριστικούς προορισμούς και τη δημιουργία ελκυστικών προτάσεων. Συμμετέχουν στην παραγωγή, κράτηση, διάθεση και πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Εκπαιδεύονται στη χρήση συστημάτων κρατήσεων και λογισμικού πωλήσεων, αναλαμβάνουν καθήκοντα που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των πελατών/-ισσών και παρακολουθούν τις διαδικασίες κράτησης. Καλούνται να χρησιμοποιούν την αγγλική και γαλλική ταξιδιωτική ορολογία σε πραγματικές συνθήκες πώλησης ταξιδιωτικών υπηρεσιών και εξασκούνται στη σωστή χρήση της ορολογίας κατά την επικοινωνία με ξένους πελάτες, εμπεδώνοντας τις γνώσεις που απέκτησαν κατά τη θεωρητική τους κατάρτιση. Μαθαίνουν επίσης να διαχειρίζονται καταστάσεις κρίσης, όταν προκύπτουν προβλήματα ή καθυστερήσεις κατά την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Με σχετική επίβλεψη, αναπτύσσουν την ικανότητα να αντιδρούν γρήγορα και αποτελεσματικά, διατηρώντας την ποιότητα των υπηρεσιών, και αναγνωρίζουν τους αξιόλογους ελληνικούς και διεθνείς τουριστικούς προορισμούς. Μέσα από την ανάλυση των προτάσεων τουριστικών πακέτων και τη συμμετοχή σε ταξιδιωτικά προγράμματα, αποκτούν γνώση των σημαντικότερων προορισμών τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, ενισχύοντας τις γνώσεις τους στον τομέα του τουρισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, είναι απαραίτητο να δοθεί προσοχή στη σωστή χρήση του εξοπλισμού και του λογισμικού, καθώς και στην προσεκτική διαχείριση των προσωπικών δεδομένων των πελατών/-ισσών. Κάποιες εργασίες, όπως η υπογραφή συμβολαίων ή η λήψη σημαντικών αποφάσεων, δεν επιτρέπονται στους ασκούμενους/-ες και πρέπει να ανατίθενται σε έμπειρα στελέχη της επιχείρησης.

5.1.Γ • ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κατά την πρακτική άσκηση στην ειδικότητα «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν και εξασκούνται στις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στον τομέα του τουρισμού. Συγκεκριμένα, εμπλέκονται ενεργά στη διαχείριση ηλεκτρονικών κρατήσεων, την

επεξεργασία δεδομένων πελατών και την επικοινωνία με προμηθευτές μέσω συστημάτων διαχείρισης πελατών (CRM) και προγραμμάτων ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες καλούνται να χρησιμοποιούν υλικό και λογισμικό γραφείου καθημερινά, όπως υπολογιστές, εκτυπωτές, προγράμματα επεξεργασίας κειμένου και λογισμικά λογιστικής. Μέσα από την πρακτική αυτή εξασκούν τις δεξιότητές τους στη χρήση συστημάτων κράτησης και διαχείρισης τουριστικών υπηρεσιών, ενώ παράλληλα εμπεδώνουν τις γνώσεις που απέκτησαν κατά τη θεωρητική κατάρτιση. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν υπολογιστές, tablets και λογισμικά γραφείου για την εκτέλεση των εργασιών τους με ευκολία και ακρίβεια. Τα λογισμικά αυτά περιλαμβάνουν συστήματα διαχείρισης τουριστικών κρατήσεων (booking systems), εργαλεία επικοινωνίας με πελάτες και προμηθευτές, καθώς και προγράμματα ηλεκτρονικών πωλήσεων. Παράλληλα, οι εκπαιδευόμενοι/-ες εμπλέκονται ενεργά στη δημιουργία περιεχομένου για ιστοσελίδες παροχής πληροφοριών και πώλησης υπηρεσιών, αναπτύσσοντας e-shop και σελίδες πωλήσεων για τουριστικές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη σωστή διαχείριση των τεχνολογιών για τη διασφάλιση της ασφάλειας των δεδομένων και της ακεραιότητας των συστημάτων. Η προσοχή των εκπαιδευομένων εστιάζεται στην ακρίβεια κατά τη χρήση λογισμικού κρατήσεων, εξασφαλίζοντας ότι τα δεδομένα πελατών και οι κρατήσεις καταγράφονται με ακρίβεια. Επίσης, συμμετέχουν στην ανανέωση περιεχομένου των ιστοσελίδων, προσέχοντας τη σωστή παρουσίαση των τουριστικών προϊόντων. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες δεν μπορούν να αναλάβουν τη διαχείριση σημαντικών οικονομικών συναλλαγών ή την υπογραφή συμβολαίων. Ωστόσο, παρακολουθούν και συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία δημιουργίας και διαχείρισης περιεχομένου για τουριστικές ιστοσελίδες και e-shops, υπό την επίβλεψη έμπειρων στελεχών, αναπτύσσοντας τις δεξιότητές τους και κατανοώντας πλήρως τις απαιτήσεις του τομέα.

5.1.Δ • ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ/-ΙΣΣΩΝ – ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

Κατά τη διάρκεια της άσκησης, μαθαίνουν να συμμετέχουν στη σύνταξη διαφημιστικού υλικού, όπως έντυπα, φυλλάδια και διαδικτυακές καμπάνιες, αποκτώντας γνώσεις στη χρήση εργαλείων και λογισμικών για τη δημιουργία προωθητικών υλικών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν ενεργά στην υλοποίηση της προωθητικής-διαφημιστικής εκστρατείας για τουριστικές υπηρεσίες, παρακολουθώντας τις διαδικασίες σχεδιασμού και επικοινωνίας με πιθανούς πελάτες. Υποστηρίζουν την προώθηση μέσω κοινωνικών δικτύων, καθώς και τη διαχείριση της παρουσίας της επιχείρησης σε εκθέσεις και εκδηλώσεις. Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες, εφαρμόζουν τις θεωρητικές τους γνώσεις και εξασκούν τις ικανότητές τους στη διαφήμιση τουριστικών υπηρεσιών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες χρησιμοποιούν εξοπλισμό και λογισμικό που σχετίζονται με την παραγωγή διαφημιστικού υλικού, όπως προγράμματα επεξεργασίας

κειμένου και γραφικών, καθώς και πλατφόρμες προώθησης. Επίσης, υποστηρίζουν τις πωλήσεις τουριστικών υπηρεσιών, παρακολουθώντας τις διαδικασίες εξυπηρέτησης πελατών και την επικοινωνία με προμηθευτές και συνεργάτες/-ιδες, εξασφαλίζοντας την ομαλή εκτέλεση των υπηρεσιών. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην αξιολόγηση της ικανοποίησης των πελατών/-ισσών. Οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν στη συλλογή δεδομένων μέσω ερευνών ή ερωτηματολογίων και στη σύνθεση αναφορών που αξιολογούν την εμπειρία των πελατών. Επίσης, διαχειρίζονται δυσαρεστημένους/-ες πελάτες/-ισσες, εφαρμόζοντας τεχνικές επίλυσης προβλημάτων και επικοινωνίας, με στόχο τη διατήρηση της θετικής εικόνας της επιχείρησης. Στο πλαίσιο της πρακτικής τους, οι εκπαιδευόμενοι/-ες συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων για τη δημιουργία και την εξέλιξη των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, παρακολουθώντας συσκέψεις και συμβάλλοντας με ιδέες για τη βελτίωση των υπηρεσιών. Αναλύουν τα δεδομένα που προκύπτουν από την αξιολόγηση των πελατών και υποστηρίζουν την επιχείρηση στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Παρά τη συμμετοχή τους σε σημαντικές δραστηριότητες, οι πρακτικά ασκούμενοι/-ες δεν αναλαμβάνουν εργασίες που απαιτούν εξειδικευμένη εμπειρία ή θεσμική εξουσιοδότηση, όπως η οριστική λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Ωστόσο, προτείνουν ιδέες και συμμετέχουν στη διαμόρφωση της στρατηγικής, παρακολουθώντας στελέχη που λαμβάνουν τις τελικές αποφάσεις. Αυτή η πρακτική εμπειρία προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και δεξιότητες στον τομέα της διαφήμισης, των πωλήσεων και της στρατηγικής διαχείρισης τουριστικών υπηρεσιών.

5.2 • Μεθοδολογία υλοποίησης πρακτικής άσκησης

Για την επιτυχή υλοποίηση της πρακτικής άσκησης απαιτείται συνέργεια των συστημάτων εκπαίδευσης, κατάρτισης και αγοράς εργασίας, αλλά και συνεργασία του συνόλου του ανθρώπινου δυναμικού που εμπλέκεται στη μαθησιακή διαδικασία και περιλαμβάνει τον/την εργοδότη/-τρια που προσφέρει θέση πρακτικής άσκησης, τον/την εκπαιδευτή/-τρια στον χώρο εργασίας, τους/τις εργαζόμενους/-ες στην επιχείρηση, καθώς και τον/την εκπαιδευτή/-τρια και τον/την επόπτη/-τρια από την πλευρά της εκπαιδευτικής δομής. Η εν λόγω συνεργασία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την αναβάθμιση της ποιότητας του τρόπου εφαρμογής της πρακτικής άσκησης και για την πραγμάτωση των μαθησιακών αποτελεσμάτων της ειδικότητας.

Στο πλαίσιο της μάθησης στον χώρο εργασίας, ο/η ασκούμενος/-η έρχεται σε επαφή με πραγματικά εργασιακά περιβάλλοντα, ασκείται σε πραγματικές εργασιακές συνθήκες και συνεργάζεται με επαγγελματίες της ειδικότητας ή άλλων ειδικοτήτων που εργάζονται στην ίδια επιχείρηση. Για τον λόγο αυτό, η ύπαρξη κουλτούρας μάθησης αποτελεί προαπαιτούμενο για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Αναλυτικότερα, κομβικός είναι ο ρόλος του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης, ο/η οποίος/-α καλείται να λειτουργήσει ως μέντορας, να υποστηρίξει τον/

την εκπαιδευόμενο/-η στη διερεύνηση των επαγγελματικών του/της στόχων, να ενθαρρύνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων, να εμπλέκει τον/την εκπαιδευόμενο/-η σε νέες εμπειρίες και να τον/την εισαγάγει στον κόσμο της πραγματικής εργασίας, αποτελώντας επαγγελματικό πρότυπο. Επομένως, καλείται να δημιουργήσει ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης και ασφάλειας που παρέχει στον/στην εκπαιδευόμενο/-η τη δυνατότητα δοκιμής και λάθους μέσω της ενθάρρυνσης της ατομικής πρωτοβουλίας. Απαραίτητα μεθοδολογικά βήματα από την πλευρά του/της εκπαιδευτή/-τριας της επιχείρησης για την ομαλή ένταξη των εκπαιδευομένων στο εργασιακό περιβάλλον και την προώθηση της συνεργασίας με το υφιστάμενο προσωπικό της επιχείρησης είναι η περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο προσανατολισμός στο έργο και η εναλλαγή εργασιακών ρόλων/θέσεων.

Ειδικότερα, ως προς την περιγραφή της θέσης πρακτικής άσκησης, ο/η εκπαιδευτής/-τρια καλείται να λάβει υπόψη τη συνοπτική περιγραφή της ειδικότητας και τις αρμοδιότητες/καθήκοντα, όπως αποτυπώνονται στον οδηγό κατάρτισης, γεγονός που προϋποθέτει τη συνεργασία με την εκπαιδευτική δομή. Καλείται να τροφοδοτήσει τους/τις ασκούμενους/-ες με τις απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την εκτελούμενη εργασία, τις ευθύνες, τις δεξιότητες και την εκπαίδευση που απαιτούνται, τις συνθήκες υπό, τις οποίες γίνεται η εργασία και τις σχέσεις της με άλλες εργασίες.

Παράλληλα, απαραίτητος κρίνεται και ο προσανατολισμός στο έργο με στόχο να κατανοήσουν οι εκπαιδευόμενοι/-ες το εργασιακό περιβάλλον στο οποίο εντάσσονται, να λάβουν υπόψη τα χαρακτηριστικά και τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, να γνωρίσουν το προσωπικό της και να αναπτύξουν το αίσθημα του ανήκειν. Στο πλαίσιο του προσανατολισμού, οι εκπαιδευόμενοι/-ες ενημερώνονται για την ιστορία της επιχείρησης, την πολιτική της, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, την κτιριακή υποδομή, τη γενική δομή, τους κανόνες συμπεριφοράς, την πολιτική προαγωγών, τα συστήματα αξιολόγησης κ.λπ.

Τέλος, προτείνεται η εναλλαγή των εργασιακών θέσεων (job rotation) κατά την οποία ο/η εκπαιδευόμενος/-η περνά διαδοχικά από όλες τις συναφείς ή συσχετιζόμενες θέσεις εργασίας μέχρι να ασκηθεί σε όλο τον κύκλο της εργασίας. Η συγκεκριμένη πρακτική μειώνει τη μονοτονία, την κούραση και κατά συνέπεια τα σφάλματα, ενώ αυξάνει την απόδοση και την ικανοποίηση. Ωστόσο, δεν συνιστάται για ειδικότητες που απαιτούν υψηλή ειδίκευση, καθώς απαιτείται χρόνος και άρα ο/η εκπαιδευτής/-τρια πρέπει να λάβει υπόψη του/της το εξάμηνο υλοποίησης της πρακτικής άσκησης. Το μικρό μέγεθος της επιχείρησης μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά στην εφαρμογή της εν λόγω πρακτικής.

Βιβλιογραφία

Α | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με την ειδικότητα

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Αναστασόπουλος, Γ. (2019). *Επιτομή εμπορικού δικαίου* (8η έκδοση). Αθήνα: Ιδιωτική έκδοση.

Ανδριώτης, Κ. (2008). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Ανοικτή Βιβλιοθήκη. (2021). *Εξυπηρέτηση πελατών: από την ποιοτική στην εξαιρετική εξυπηρέτηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Game Tree. Ανακτήθηκε από: <https://www.openbook.gr/exypiretisi-pelaton/>

Αποστολάκης, Ι., Κουτσάκας, Φ., Μανουσαρίδης, Ζ., Πράπας, Λ. & Στεφανίδης, Β. (2015/2016). *Πληροφοριακά συστήματα σε επιχειρήσεις και οργανισμούς*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.

Αρβελέρ, Ε. (2007). *Γιατί το Βυζάντιο*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Ασπρίδης, Γ., Τσέλιος, Μ. & Ρωσσίδης, Γ. (2018). *Επιχειρησιακές επικοινωνίες: θεωρητική και πρακτική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Αστάρα, Ο. (2023). *Επιχειρηματικότητα: εταιρική κοινωνική ευθύνη και ανάπτυξη*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-326>

Αυδίκος, Ε. (2009). *Εισαγωγή στον λαϊκό πολιτισμό. Λαογραφίες, λαϊκοί πολιτισμοί, ταυτότητες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Βαξεβανίδου, Μ. & Ρεκλείτης, Π. (2012). *Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ. Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3795>

Βασιλειάδης, Χ. (2014). *Διαχείριση μάρκετινγκ γεγονότων και εκδηλώσεων*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Βερέμης, Θ. & Κολιόπουλος, Ι. (2010). *Νεότερη Ελλάδα: Μια ιστορία από το 1821*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη

Βηδενμάιερ, Δ. (2013). *Γερμανικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <https://www.openbook.gr/germanika-gia-ton-tourismo-a1-a2/>

Βίθυνος, Μ., Παπαμαύρου, Ε. & Σπηλιώτης, Κ. (2015). *Επικοινωνία - διαπροσωπικές σχέσεις*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ. Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3942>

Βιτουλαδίτη, Ο. (2000). *Διοίκηση τουρισμού και τουριστικών επιχειρήσεων. Τόμος Γ΄: μάνατζμεντ των tour operators και των τουριστικών γραφείων*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.

Βιτουλαδίτη, Ο. (2000). *Τουριστικό μάρκετινγκ φορέων, οργανώσεων και επιχειρήσεων. Τόμος Α΄*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.

Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό μάρκετινγκ: από τη θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.

Γαλίτης, Γ. (2003). *Αεροπορικοί ναύλοι. Ticketing*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Γασπαρινάτος, Σ. & Μαζαράκη-Αλεξιάδη, Ε. (2003). *Οργάνωση τουριστικών πακέτων*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς. (2017). *Οδηγός σπουδών ειδικότητας: στέλεχος διοίκησης και οικονομίας στον τομέα του τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς.

Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς. (2017). *Οδηγός σπουδών ειδικότητας: τεχνικός τουριστικών μονάδων και επιχειρήσεων φιλοξενίας (υπηρεσία υποδοχής - υπηρεσία ορόφων - εμπορευματογνωσία)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης και Νέας Γενιάς.

Δαγδιλέλης, Β., Ευαγγελίδης, Γ., Σατρατζέμη, Μ. & Φαχαντίδης, Ν. (2016). *Εισαγωγή στη χρήση Η/Υ*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Διακομιχάλης, Μ. (2020). *Λογιστική του τουρισμού με το ΕΓΛΣ και τα ΕΛΠ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Δουλκέρη, Τ. (επιμ.). (2020). *Τουριστική επικοινωνία στην Ελλάδα* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Δρόσος, Δ., Βουγιούκας, Δ., Καλλίγερος, Ε., Κοκολάκης, Σ. & Σκιάνης, Χ. (2015). *Εισαγωγή στην επιστήμη των υπολογιστών & επικοινωνιών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://hdl.handle.net/11419/4582>

Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.

Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.

Εθνικό Κέντρο Πιστοποίησης Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης. (2006). *Πιστοποιημένο επαγγελματικό περίγραμμα: διοργανωτής τουριστικών πακέτων*. Αθήνα: Εκδόσεις Εθνικού Κέντρου Πιστοποίησης Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Ελληνική Στατιστική Αρχή. (χ.χ.). *Επαγγέλματα: στατιστική ταξινόμηση επαγγελμάτων κατά ISCO 08*. Ανακτήθηκε από: <https://www.statistics.gr/el/occupation>

Ελληνική Στατιστική Αρχή. *Οικονομικές δραστηριότητες*. Ανακτήθηκε από: <https://www.statistics.gr/economic-activities>

ΕΟΠΠΕΠ. *Επαγγελματικά δικαιώματα*. Ανακτήθηκε από: https://eoppep.gr/index.php/el/work-rights/epaggelmatika_dikaionomata

Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (χ.χ.). *Έγγραφα που χρειάζεστε για να ταξιδέψετε στην Ευρώπη*. Ανακτήθηκε από: https://europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/index_el.htm

Ζαχαράτος, Γ. (2003). *Package tour: παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Ζωγραφάκη, Ρ. (1995). *Αεροπορικοί ναύλοι*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

- Fyall, A., Legohrerel, P., Frochot, I. & Wang, Y. (2020). *Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Gee, C. Y., Makens, J. C. & Choy, D. J. L. (2004). *Τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Heath, R. (1998). *Διαχείριση κρίσεων: αποτελεσματικές τεχνικές για επιχειρησιακή ετοιμότητα* (4η έκδοση), (μτφρ. Β. Σωτηρίου). Αθήνα: Εκδόσεις Μ. Γκιούρδα.
- Hudman, L. E. & Jackson, R. H. (2001). *Παγκόσμια τουριστική και ταξιδιωτική γεωγραφία*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1999). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Θεοδωρίδου, Χ. & Λαγού, Α. (2019). *Διδακτικό υλικό για τη γερμανική γλώσσα για τον τομέα διοίκησης και οικονομίας, ειδικότητα «Υπάλληλος τουριστικών επιχειρήσεων» - Γ΄ ΕΠΑ.Λ.* Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Εκπαιδευτικής Πολιτικής. Ανακτήθηκε στις 30 Ιουνίου 2024 από: <https://www2.iep.edu.gr/el/component/k2/857-germaniki-glossa-oikonomias-dioikisis-g-epal>
- ΙΝΣΕΤΕ. (2023). *Οι ανάγκες επαγγελματικής κατάρτισης (reskilling/upskilling) του ανθρώπινου δυναμικού στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). Ανακτήθηκε από: https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/04/23_03-Tourism_Training_Upskilling-Reskilling.pdf
- Kotler, P. (1991). *Μάρκετινγκ μνάτζμεντ: ανάλυση, σχεδιασμός, υλοποίηση και έλεγχος*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. & Baloglu, S. (2019). *Μάρκετινγκ τουρισμού και φιλοξενίας* (2η έκδοση). Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
- Καμίτση, Ε. (χ.χ.). *Γαλλικά για τον τουρισμό (A1-A2)*. Αθήνα: Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Διά Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε από: https://www.minedu.gov.gr/publications/docs2018/03_10_18_france.pdf

- Καράμπαμπα, Ε. (2006). *Γαλλικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε από: http://reader.ekt.gr/bookReader/show/index.php?lib=EDULLL&item=859&bitstream=859_01#page/1/mode/2up
- Κατσίκης, Ι. (2013). *Καινοτομία και συνεργατικοί σχηματισμοί σε μικρές επιχειρήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ. Ανακτήθηκε από: <https://imegseevee.gr/wp-content/uploads/2018/02/kainotomia.pdf>
- Κατσώνη, Β. (2006). *Συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων στον τουρισμό: από τα CRSs στα GDSs*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Κατσώνη, Β. & Λαλούμης, Δ. (2010). *Διοίκηση ολικής ποιότητας: εφαρμογή στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Κιτρομηλίδης, Π. Μ. (1996). *Νεοελληνικός Διαφωτισμός. Οι πολιτικές και κοινωνικές ιδέες*. Αθήνα: Εκδόσεις ΜΙΕΤ.
- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (1999). *Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό*. Πάτρα: Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.
- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2020). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού* (2η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κοντάκος, Α., Μαργαρώνης, Κ. & Ζαρίφης, Α. (χ.χ.). *Αρχές λογιστικής - Β' ΕΠΑ.Λ.* Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ. Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3661>
- Κορρές, Γ. (2015). *Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-919>
- Κοσμάτος, Δ. Β. (2004). *CRM διαχείριση πελατειακών σχέσεων: η στρατηγική επιλογή*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

- Κραβαρίτης, Κ. & Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Επαγγελματικός τουρισμός και οργάνωση συνεδρίων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Κυριακοπούλου, Ζ. (2003). *Συστήματα κρατήσεων αεροπορικών εταιριών και ταξιδιωτικών πρακτορείων με χρήση Η/Υ*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Lozato-Giotart, J.-P. (1996). *Τουριστική γεωγραφία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαϊνός, Ι. (1999). *Αεροπορικοί ναύλοι: έκδοση αεροπορικού εισιτηρίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Λαλούμης, Δ. (2016). *Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-507>
- Λαλούμης, Δ. (2017). *Hotel management*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Λαλούμης, Δ. (2021). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Λαλούμης, Δ. & Σεργόπουλος, Κ. (2017). *Διοίκηση τμημάτων υποδοχής και ορόφων. Rooms division management*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Λύτρας, Π. (2015). *Τουριστική ψυχολογία και συμπεριφορά τουρίστα-καταναλωτή*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Middleton, V. T. C. & Hawkins, R. (2004). *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Μοίρα, Π. (2018). *Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας: γεωγραφικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
- Μοίρα, Π. (2022). *Τουρισμός, ιστορία, εξέλιξη, προοπτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.
- Μοσκόφ, Κ. (1972). *Εθνική και κοινωνική συνείδηση στην Ελλάδα: Η ιδεολογία του μεταπρατικού χώρου – Ιστορική μελέτη*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Νέα Πορεία.

- Μοσχονάς, Η., Πετρέας, Χ. & Βάθης, Α. (2012). *Τουριστικό μάρκετινγκ*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ. Ανακτήθηκε από: <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/3803>
- Μπεκιάρης, Μ. & Τζόβας, Χ. (2017). *Αρχές χρηματοοικονομικής λογιστικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Μπουραντάς, Δ. (2015). *Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ευγενίας Μπένου.
- Μπουραντάς, Δ. & Παπαλεξανδρή, Ν. (2002). *Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ευγενίας Μπένου.
- Μπουρδή, Μ., Κάπελλας, Σ. & Ευσταθίου, Π. (2012). *Λειτουργίες τουριστικών γραφείων*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.
- Μυλωνάς, Σ. (2023). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη: θέματα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). Ανακτήθηκε από: <https://insetetoolkit.gr/wp-content/uploads/2022/04/egx-biosimi-touristiki-anaptiksi-single-pages.pdf>
- Μυλωνόπουλος, Δ. (2012). *Στοιχεία δικαίου*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Μυλωνόπουλος, Δ. (2021). *Τουριστικό δίκαιο* (3η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Νόμος 393. (1976). *Περί ιδρύσεως και λειτουργίας τουριστικών γραφείων*. ΦΕΚ 199/Α/31.7.1976. Ανακτήθηκε από: <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/326631/nomos-393-1976>
- Οδηγός του Πολίτη. (χ.χ.). *Ίδρυση και λειτουργία τουριστικών γραφείων*. Ανακτήθηκε στις 3 Ιουλίου 2024 από: <http://www.odigostoupoliti.eu/idrisi-ke-litourgiatouristikon-grafion/>
- Pforr, C. & Hosie, P. (επιμ.). (2022). *Διαχείριση κρίσεων στην τουριστική βιομηχανία: ανατρέποντας τις πιθανότητες* (μτφρ. Β. Παππά). Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.

- Παντουβάκης, Α., Σιώμκος, Γ. & Χρήστου, Ε. (2015). *Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη.
- Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων: προγραμματισμός ταξιδιού*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Παπαγεωργίου, Α. (2021). *Μάνατζμεντ σύγχρονων τουριστικών γραφείων*. Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
- Παπαγεωργίου, Α. Ν. (2018). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
- Παπαγεωργίου, Α. Ν. (2018). *Οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων - τουρισμός MICE: events management*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
- Προφυλλίδης, Β. (2010). *Αεροπορικές μεταφορές και αεροδρόμια*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2007). *E-tourism*. Αθήνα: Εκδόσεις Ίων.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2020). *Τουριστικό μάρκετινγκ (4η έκδοση)*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. (2021). *Εξυπηρέτηση πελατών σε φιλοξενία & εστίαση: τα μυστικά για να προσφέρετε υπηρεσίες 5 αστέρων στους πελάτες σας*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2008). *Παράπονα πελατών: μπελάς... ή ευκαιρία; Μετατρέψτε τους δυσαρεστημένους πελάτες σε κέρδος για την επιχείρησή σας*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2020). *Υποδειγματική εξυπηρέτηση πελατών: 60 τρόποι για να δημιουργήσετε πιστούς πελάτες*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Πρωτοπαπαδάκης, Ι. Ν. (2021). *55 πρακτικές μάρκετινγκ για μικρά ξενοδοχεία*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Reihe, C. (2011). *Γερμανικά στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Ινστιτούτου Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Ανακτήθηκε στις 10 Ιουνίου 2024 από: <http://hdl.handle.net/10795/862>

- Ράπτης, Ν. (1999). *Εμπορευματογνωσία - προμήθειες*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Ρόκας, Ν. (2019). *Εταιρίες - εισαγωγή στο δίκαιο των εταιριών του εμπορικού δικαίου* (6η έκδοση). Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
- Σαμαντά, Ε. (2023). *Η επίδραση του Digital και του Social Media Marketing σε επιχειρήσεις και καταναλωτές*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-51>
- Σβορώνου, Ε. (2003). *Μέθοδοι διαχείρισης του οικοτουρισμού και του τουρισμού σε προστατευόμενες περιοχές*. Αθήνα: Εκδόσεις ΥΠΕΧΩΔΕ & WWF Ελλάς. Ανακτήθηκε από: <https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/ecos.pdf>
- Σιώμκος, Γ. & Τσιάμης, Ι. (2019). *Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ* (2η έκδοση). Λευκωσία: Broken Hill Publishers.
- Σταυρινούδης, Θ. & Κακαρούγκας, Χ. (2022). *Διοικώντας τις τουριστικές επιχειρήσεις: ένας επιστημονικός οδηγός για το πώς και το γιατί του τουριστικού επιχειρείν*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Σταυρινούδης, Θ., Κούτουλας, Δ., Κόντης, Α. & Πρωΐου, Ε. (2016). *8η διδακτική ενότητα: οι σύγχρονες εξελίξεις στο μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστικών προορισμών*. Χίος: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ανακτήθηκε από: http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2217/2/2217_8%ce%b7%20ce%94%ce%95.pdf
- Συλλογικό Έργο. (1970-2000). *Ιστορία του Ελληνικού Έθνους* (τόμοι Α΄-ΙΣΤ΄). Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών
- Συλλογικό έργο. (2021). *7+1 Ελληνικά Microsoft Windows 10 - Office 2019/365*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Σωτηριάδης, Μ. (2001). *Ταξιδιωτικά πρακτορεία incoming & outgoing - λειτουργία - οικονομικά - σχεδιασμός προϊόντων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Τερκελνή, Θ., Μεταξίδης, Ν. & Ραφτοπούλου, Π. (2010). *Τουριστική γεωγραφία*. Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.

- Τουρνά-Γερμανού, Ε. (2015). *Χρηματοοικονομική λογιστική*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-950>
- Τριανταφύλλου, Δ., Υφαντής, Κ. & Χατζηβασιλείου, Ε. (επιμ.). (2008). *Διεθνείς σχέσεις: σύγχρονη θεματολογία και προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Τσάρτας, Π. & Λύτρας, Π. (επιμ.). (2017). *Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη - συμβολές Ελλήνων επιστημόνων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Ζαγκότση, Σ., Κυριακάκη, Α. & Βασιλείου, Μ. (2010). *Οδηγός για το περιβάλλον - τουρισμός και περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις WWF Ελλάς. Ανακτήθηκε από: https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/OdigosPerivallonkaiTourismos_2010.pdf
- Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Παπαθεοδώρου, Α., Σκούλτσος, Σ. & Πρωΐου, Ε. (2014). *3η διδακτική ενότητα: οι βασικές αρχές και οι νέες τάσεις στην οργάνωση και διοίκηση των τουριστικών επιχειρήσεων*. Χίος: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ανακτήθηκε από: http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2194/2/2194_3%ce%b7%20%ce%94%ce%95.pdf
- Υπουργείο Εξωτερικών της Ελληνικής Δημοκρατίας. *Θεωρήσεις εισόδου (Visas)*. Ανακτήθηκε από: <https://www.mfa.gr/theoriseis-eisodou-visas/>
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων. (χ.χ.). *Λειτουργίες τουριστικών γραφείων, ειδικότητα Υπάλληλος τουριστικών επιχειρήσεων - Γ΄ ΕΠΑ.Λ.* Πάτρα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών και Εκδόσεων ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.
- Υπουργείο Τουρισμού. (2022). *Ελλάδα: δέσμη συνεργασίας τεχνικής βοήθειας για την τουριστική ανάκαμψη μετά την Covid-19 - διευκόλυνση της τουριστικής ανάκαμψης μετά την Covid-19. Δραστηριότητα ανάπτυξη σχεδίου διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό. Παραδοτέο: σχέδιο διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό*. Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/facilitating-tourism-recovery-gr/>
- Φαναριώτης, Π. (2010). *Επιχειρησιακή επικοινωνία: εισαγωγή στη θεωρία και τεχνική της σύγχρονης επιχειρησιακής επικοινωνίας (Β΄ έκδοση)*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

- Χρήστου, Ε. (1999). *Έρευνα τουριστικής αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Χυτήρης, Λ. (1995). *Τουριστικά γραφεία: ίδρυση, οργάνωση, λειτουργία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Χυτήρης, Λ. (2021). *Διοίκηση επιχειρήσεων (μάνατζμεντ)*. Αθήνα: Εκδόσεις Ευγενίας Μπένου.
- Χυτήρης, Λ. & Άννινος, Λ. (2015). *Διοίκηση και ποιότητα υπηρεσιών*. Αθήνα: ΚΑΛΛΙΠΟΣ, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-537>

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Belobaba, P., Odoni, A. & Barnhart, C. (επιμ.). (2015). *The global airline industry*. Hoboken: Εκδόσεις Wiley.
- Buhalis, D. & Laws, E. (επιμ.). (2001). *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations*. London: Εκδόσεις Continuum.
- Calmy, A. (2004). *Le français du tourisme*. Paris: Εκδόσεις Hachette.
- Camilleri, M. A. (2018). Tourism distribution channels. Στο *Travel marketing, tourism economics and the airline product* (σσ. 105-115). Cham: Springer International Publishing / Springer Nature.
- Cook, G. N. & Billig, B. G. (2017). *Airline operations and management: a management textbook*. London: Εκδόσεις Routledge.
- Corbeau, S., Dubois, C. & Penfornis, J.-L. (2004). *Tourisme.com: méthode de français professionnel du tourisme*. Paris: Εκδόσεις CLE International.
- Crocker, D. (1999). *Dictionary of aviation* (2η έκδοση). London: Εκδόσεις Black. Ανακτήθηκε από: <https://www.theairlinepilots.com/forumarchive/aviation-regulations/aviationdictionary.pdf>
- Deviney, D. E. (1998). *Outstanding customer service: the key to customer loyalty*. Virginia Beach, VA: Εκδόσεις Coastal Training Technologies Corp. Ανακτήθηκε από: <https://www.trainingsolutions.com/pdf/outstanding.pdf>

du Cros, H. & McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. London: Εκδόσεις Routledge.

Dussac, E. (2017). *Bon voyage! Français du tourisme, collection Pro A1-A2*. Paris: Εκδόσεις CLE International.

European Skills, Competences, Qualifications and Occupations (ESCO). (χ.χ.).
Υπάλληλοι υποδοχής σε ξενοδοχεία / Hotel receptionists. Ανακτήθηκε
από: <https://esco.ec.europa.eu/el/classification/occupation?uri=http%3A//data.europa.eu/esco/isco/C4224#overlayspin>

Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2011). *Career paths: hotels & catering*. Newbury: Express Publishing.

Evans, V., Dooley, J. & Garza, V. (2018). *Career paths: tourism*. Newbury: Express Publishing.

Frechtling, D. (2012). *Forecasting tourism demand*. London: Εκδόσεις Routledge.

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken, New Jersey: Εκδόσεις John Wiley & Sons.

Grunwald, A. (2014). *Ja, gerne! Deutsch im Tourismus. A1*. Berlin: Cornelsen Verlag.

Hartley, P. & Bruckmann, C. (2008). *Business communication*. London: Εκδόσεις Routledge. Ανακτήθηκε
από: <https://dcomm.org/wp-content/uploads/2019/05/Business-Communication-PDFDrive.com-.pdf>

Horner, S. & Swarbrooke, J. (2020). *Consumer behaviour in tourism*. London: Εκδόσεις Routledge.

Jones, A. T., Malczyk, A. & Beneke, J. (2011). *Internet marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing*. Cape Town: Εκδόσεις University of Cape Town.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital*. Hoboken: Εκδόσεις Wiley.

Kumar, B., De Remer, D. & Marshall, D. M. (2005). *An illustrated dictionary of aviation*. New York, NY: Εκδόσεις McGraw-Hill.

- Magpos, K. S. (2013). *Tour package* [παρουσίαση SlideShare]. Ανακτήθηκε από: http://www.slideshare.net/Kate_JRG/tour-package?related=2
- Marks, S. (2019). *Mastering grammar for B1: Greek edition*. Limassol: Burlington Books.
- Medlik, S. (2012). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. London: Εκδόσεις Routledge.
- Middleton, V. T. C. & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3η έκδοση). Oxford: Εκδόσεις Butterworth-Heinemann.
- Mol, H. (2008). *English for tourism and hospitality in higher education studies: course book*. Reading: Garnet Publishing.
- Pease, W., Rowe, M. & Cooper, M. (επιμ.). (2007). *Information and communication technologies in support of the tourism industry*. Hershey, PA: Εκδόσεις IGI Global.
- Richards, G. (επιμ.). (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Van der Werff, F., Schurig, C., Schaefer, B. & Schümann, A. (2015). *Menschen im Beruf – Tourismus. Kursbuch. Teil 2*. München: Hueber Verlag.
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practical guide* (3η έκδοση). Harlow, England: Εκδόσεις Prentice Hall/Financial Times.
- Williams, C. & Buswell, J. (2003). *Service quality in leisure and tourism*. Wallingford, Oxon: CABI Publishing.

B | Βιβλιογραφικές αναφορές σχετικές με τη μεθοδολογία ανάπτυξης των εκπαιδευτικών εγχειριδίων

- Βαρβιτσιώτη, Ρ., Γούλας, Χρ., Θεοδωρή, Ελ. Καρατράσογλου, Ιάκ., Μαρκίδης, Κ., Μπαμπανέλου, Δ. & Νάτσης, Π. (2022). *Πρότυπος οδηγός κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.
- Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Ανάπτυξη οριζόντιας εκπαιδευτικής μεθοδολογίας/Εκπαιδευτικός σχεδιασμός στο πεδίο της αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.
- Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπο εκπαιδευτικό εγχειρίδιο*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.
- Βαρβιτσιώτη, Ρ., Θεοδωρή, Ελ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2023). *Πρότυπη τράπεζα θεμάτων*. Αθήνα: ΚΑΝΕΠ/ΓΣΕΕ.
- Γενική Γραμματεία Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης. Τμήμα Σπουδών, Προγραμμάτων και Οργάνωσης Επαγγελματικής Κατάρτισης. (2020). *Οδηγοί σπουδών ειδικοτήτων ΙΕΚ του Ν. 4186/2013*. Ανακτήθηκε στις 5 Μαρτίου 2026 από: <https://gsveltly.minedu.gov.gr/sxoles-anoteris-epaggelmatikis-katartisis-s-a-e-k/odigoi-katartisis-spoudon>
- Γούλας, Χ. & Λιντζέρης, Π. (2017). *Διά Βίου Μάθηση, Επαγγελματική Κατάρτιση, Απασχόληση και Οικονομία: Νέα Δεδομένα, Προτεραιότητες και Προκλήσεις*. Αθήνα: ΙΜΕ/ΓΣΕΒΕΕ, ΙΝΕ/ΓΣΕΕ.
- Γούλας, Χ., Μαρκίδης, Κ. & Μπαμπανέλου, Δ. (2021). *Πρότυπο ανάπτυξης εκπαιδευτικών υλικών του ΙΝΕ/ΓΣΕΕ* [Εσωτερική έκδοση]. Αθήνα: Ινστιτούτο Εργασίας της Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας.
- Δημουλάς, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ. & Σπηλιώτη, Χ. (2007). *Οδηγός Ανάπτυξης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων*. Αθήνα: ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ.
- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. (2021). *Νέα βίντεο παρουσίασης επαγγελμαμάτων* [Video]. Ανακτήθηκε από: <https://oasi.inegsee.gr/>

- Καραλής, Θ., Καρατράσογλου, Ι., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσης, Π. & Παπαευσταθίου, Κ. (2021). *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων*. Αθήνα: ΙΝΕ/ΓΣΕΕ. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2022 από: https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2021/07/Me8odologia_EP_Ebook.pdf
- Λευθεριώτου, Π. (χ.χ.). *Η Εκπαιδευτική Διεργασία στην Εκπαίδευση Ενηλίκων*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- Cedefop. (2014). *Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση στην Ελλάδα: Συνοπτική Περιγραφή*. Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Cedefop. (2014). *Terminology of European Education and Training Policy: A Selection of 130 Key Terms* (2nd edition). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Cedefop. (2018). *Skills forecast, trends and challenges to 2030*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.2801/4492>
- Kopnov, V. A., Shmurygina, O., Shchipanova, D., Dremina, M. A., Papaloizou, L., Orphanidou, Y. & Morevs, P. (2018). "Functional Analysis and Functional Maps of Qualifications in ECVET Context", in: *The Education and Science Journal*, 20(6), pp. 90-117. Διαθέσιμο σε: https://www.researchgate.net/publication/326242379_Functional_Analysis_and_Functional_Maps_of_Qualifications_in_ECVET_Context
- Mansfield, B. & Schmidt, H. (2001). *Linking Vocational Education and Training Standards and Employment Requirements: An International Manual*. European Training Foundation. Ανακτήθηκε στις 9 Ιουνίου 2020 από: https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/C12578310056925BC12571FE00473D6B_NOTE6UAEET.pdf
- Μπουραντάς, Δ. Κ. (2002). *Μάνατζμεντ, Θεωρητικό υπόβαθρο, Σύγχρονες Πρακτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.

Psfidou, I. (2009). "What learning outcome based curricula imply for teachers and trainers", in: *7th International Conference "Comparative Education and Teacher Training"* (June 29-July 3, 2009), vol. 7, pp. 183-188. Sofia, Bulgaria: Bureau for Educational Services.

Γ | Σχετική εθνική νομοθεσία

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Σύσταση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 18ης Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2006/962/ΕΚ). Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2022 από: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2006/962/oj>

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Σύσταση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 22ας Μαΐου 2018 σχετικά με τις βασικές ικανότητες της διά βίου μάθησης (2018/C 189/01). Ανακτήθηκε 15 Μαρτίου 2022 από: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=PL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=PL)

ΦΕΚ 1245/Β/11-04-2017. Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ1/54877/2017.
Τροποποίηση του Κανονισμού Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ).

ΦΕΚ 1807/Β/2-7-2014. Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. 5954/2014. *Κανονισμός Λειτουργίας Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) που Υπάγονται στη Γενική Γραμματεία Διά Βίου Μάθησης (ΓΓΔΒΜ).*

ΦΕΚ 2440/Β/18-7-2017. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ1/118932/2017.
Ρύθμιση Θεμάτων Επιδότησης και Ασφάλισης της Μαθητείας των Σπουδαστών των Δημόσιων και Ιδιωτικών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) και Σχολών Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΣΕΚ).

ΦΕΚ 254/Α/21-12-2020. Νόμος υπ' αριθμ. 4763/2020. *Εθνικό Σύστημα Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Διά Βίου Μάθησης, ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/958 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 28ης Ιουνίου 2018 σχετικά με τον έλεγχο αναλογικότητας πριν από τη θέσπιση νέας νομοθετικής κατοχύρωσης των επαγγελματιών (ΕΕ L 173), κύρωση της Συμφωνίας μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας και της Κυβέρνησης της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας για το Ελληνογερμανικό Ίδρυμα Νεολαίας και άλλες διατάξεις.*

ΦΕΚ 3520/Β/19-9-2019. Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. 40331/Δ1.13521/2019.
*Επανακαθορισμός Όρων Ηλεκτρονικής Υποβολής Εντύπων Αρμοδιότητας
Σώματος Επιθεώρησης Εργασίας (ΣΕΠΕ) και Οργανισμού Απασχολήσεως
Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ).*

ΦΕΚ 3938/Β/26-8-2021. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. Κ5/97484. *Πρακτική
άσκηση σπουδαστών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης αρμοδιότητας
Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.*

ΦΕΚ 4146/Β/9-9-2021. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. ΦΒ7/108652/Κ3.
Πλαίσιο Ποιότητας Μαθητείας.

ΦΕΚ 566/Β/8-5-2006. Κοινή Υπουργική Απόφαση υπ' αριθμ. 110998/8-5-2006.
Πιστοποίηση Επαγγελματικών Περιγραμμάτων.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΩΝ

Συντακτική ομάδα

Ρένα Βαρβιτσιώτη

Ελένη Θεοδωρή

Κωνσταντίνος Μαρκίδης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Επιμέλεια σύνταξης

Δέσποινα Μπαμπανέλου

Το εκπαιδευτικό εγχειρίδιο συντάχθηκε στο πλαίσιο της Πράξης με τίτλο «Διαμόρφωση οδηγών κατάρτισης και εκπαιδευτικών εγχειριδίων Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης (IEK)» με κωδικό ΟΠΣ (MIS) 5069281 μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση 2014-2020» που συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο-Ε.Κ.Τ.).



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

