



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς

Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

Σύγχρονη Επιχειρησιακή Λειτουργία στις νέες συνθήκες Μάρκετινγκ, Ψηφιακό Μάρκετινγκ, Στρατηγική και Διαχείριση Κόστους Επιχειρήσεων Υπηρεσιών, Τουρισμού & Φιλοξενίας

Πιστοποιημένος Κύκλος Σπουδών, διάρκειας 28 ωρών*

Σε συνεργασία με το Κέντρο Επιμόρφωσης & Διά Βίου Μάθησης του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

*Η πιστοποίηση παρέχεται για την παρακολούθηση και των δύο (2) θεματικών ενοτήτων και αντιστοιχεί σε μία (1) μονάδα επαγγελματικής κατάρτισης (ECVET).

Θεματικές ενότητες

- Μάρκετινγκ, Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ & Κοστολογικά Συστήματα στις Υπηρεσίες και τον Τουρισμό.
- Στρατηγικό Μάνατζμεντ & Διαχείριση Κόστους για Σύγχρονους Τουριστικούς Οργανισμούς στη μετά covid-19 εποχή.

Μάρκετινγκ & Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ στις Υπηρεσίες και τον Τουρισμό.

Δρ. Γεωργία Ζούνη

Τετάρτη 17 Μαρτίου, 17.00-20.00

Πέμπτη 18 Μαρτίου, 17.00-20.00

Παρασκευή 19 Μαρτίου, 17.00-21.00

Διδακτική ύλη

Περιγραφή μαθήματος.

Μέσα σε αυτές τις καταιγιστικές κι αγχωτικές εξελίξεις στην οικονομία και τον τουρισμό παγκοσμίως, η υιοθέτηση του Μάρκετινγκ είναι η απάντηση κάθε σύγχρονης επιχείρησης στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Το εντατικό αυτό μάθημα έχει ως **στόχο** να καθιερώσει την κατανόηση στις αρχές της διαχείρισης του μάρκετινγκ, παρέχοντας τους ένα πλαίσιο για την κατανόηση και το σχεδιασμό στρατηγικών και προγραμμάτων μάρκετινγκ για επιχειρήσεις τουρισμού, υπηρεσιών αλλά και προορισμούς. Επίσης στόχος του μαθήματος είναι να παρέχει μια σύγχρονη παρουσίαση των αρχών και στρατηγικών του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ, αρχίζοντας με τη δημιουργία της ηλεκτρονικής στρατηγικής μάρκετινγκ των τουριστικών επιχειρήσεων και προχωρώντας κλιμακωτά σε πιο σύνθετα ζητήματα, όπως η χρήση συμβατικών



καθώς εναλλακτικών μέσων προβολής, όπως είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, TripAdvisor, Google, etc.). Με ιδιαίτερη έμφαση στις αυξημένες απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς και των νησιών των Κυκλάδων, ο σχεδιασμός του μαθήματος είναι σαφώς προσανατολισμένος στην παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών από την διεθνή και την ελληνική επιχειρηματικότητα. Έτσι, μέσα από τον συνδυασμό θεωρίας και εφαρμοσμένων παραδειγμάτων στα εργαλεία που θα παρουσιαστούν, οι συμμετέχοντες θα αποκτήσουν μια επιστημονική αλλά και πρακτική εικόνα των ενεργειών που απαιτούνται για την αποτελεσματική τους λειτουργία.

Λέξεις – Κλειδιά.

- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- Τουριστικό Μάρκετινγκ
- Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών
- Διοίκηση Μάρκετινγκ τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Ψηφιακό Μάρκετινγκ Προϊόντων και Υπηρεσιών

Σκοπός-Στόχοι.

Ο κύριος σκοπός του μαθήματος είναι να εισάγει τους σπουδαστές στις βασικές έννοιες του Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και στην κατανόηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών. Ειδικότερα, οι στόχοι του μαθήματος είναι:

- Να τονίσει τις διάφορες στρατηγικές του Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και να υπογραμμίσει τις διάφορες μορφές που μπορεί να λάβει κατά την εξυπηρέτηση των διαφόρων τομέων των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Να παρουσιάσει τα σημαντικότερα είδη Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, με έμφαση στο Τουριστικό Μάρκετινγκ που αποτελεί τον μοναδικό πυλώνα ανάπτυξης της χώρας στην περίοδο της κρίσης που διανύουμε.
- Να δώσει έμφαση στη δημιουργία και διαχείριση της εμπειρίας των Υπηρεσιών και στον πελατοκεντρικό χαρακτήρα στην εξυπηρέτηση σε όλα τα στάδια παραγωγής και παροχής των υπηρεσιών.

Αναμενόμενα οφέλη.

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι σπουδαστές θα είναι σε θέση:

- Να αξιολογούν κριτικά τις πολιτικές και πρακτικές του μάρκετινγκ ενός οργανισμού.
- Να χρησιμοποιούν τις κατάλληλες έννοιες, εργαλεία και τεχνικές του μάρκετινγκ και της διοίκησης παραγωγής ώστε να αναλύουν την παροχή μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος και να κάνουν προτάσεις για βελτίωση.

- Να προτείνουν πρότυπα απόδοσης, μέτρα και ελέγχους, τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη διαχείριση μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας ή μιας λειτουργίας της παραγωγής

Εκμάθηση και Διδασκαλία.

Η επίτευξη των ανωτέρω στόχων θα γίνει με την υιοθέτηση συγκεκριμένων μεθόδων διδασκαλίας. Θα χρησιμοποιηθούν διαλέξεις, σεμινάρια, μελέτες περιπτώσεων, ατομικές και ομαδικές δραστηριότητες και βίντεο. Η εκτός της τάξης εκμάθηση, ενθαρρύνεται με την δημιουργία ενός ημερολογίου από τους σπουδαστές όπου θα καταγράφουν την εμπειρία τους σε συναλλαγές υπηρεσιών, στο οποίο θα απεικονίσουν την εμπειρία τους στην παραγωγή ή στην λήψη μιας υπηρεσίας. Οι σπουδαστές ενθαρρύνονται να μοιραστούν την εμπειρία τους στην τάξη.

Επιπλέον, αναμένεται από τους σπουδαστές να ακολουθήσουν ένα πρόγραμμα καθοδηγούμενης μελέτης από το βασικό βιβλίο και ένα πρόγραμμα ευρύτερης μελέτης σχετικά με την αναφορά που θα πρέπει να υποβάλλουν.

Περίγραμμα μαθήματος.

A/A & τίτλος Εκπαιδευτικών Υποενοτήτων	Μαθησιακά αποτελέσματα (Προσδιορίζονται οι βασικές ικανότητες που δημιουργούνται από το πρόγραμμα και γίνεται, αν είναι δυνατόν, διάκριση μεταξύ των γενικών και ειδικών ικανοτήτων, που είναι οι πλέον σχετικές για το προτεινόμενο πρόγραμμα.)
Βασικοί Ορισμοί και Έννοιες Μάρκετινγκ Διεθνείς Τάσεις / Πανδημία	Ανάλυση βασικών εννοιών <ul style="list-style-type: none"> • Έννοια του μάρκετινγκ • Μάρκετινγκ υπηρεσιών Vs μάρκετινγκ προϊόντων • Θεωρητικό πλαίσιο των υπηρεσιών, είδη υπηρεσιών, η συμβολή τους στην οικονομία και η σημαντικότητα των υπηρεσιών στο Μάρκετινγκ. • Τουριστικές Υπηρεσίες και Υπηρεσίες Εστίασης • Διεθνή Δεδομένα & Τάσεις
Συμπεριφορά τουριστικής αγοράς & Έρευνα Μάρκετινγκ	Πώς Συμπεριφέρονται οι τουρίστες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι τους; πώς αλλάζει η συμπεριφορά τους πριν κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι τόσο offline όσο και online, ανά μέσο και κοινωνικό δίκτυο και πώς μπορούν να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στις αλλαγές αυτές οι τουριστικές επιχειρήσεις & προορισμοί; πρακτική παρουσίαση των βασικών δημογραφικών/ ψυχογραφικών/ webographics πληροφοριών που ενδιαφέρουν τις τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς (πχ διάρκεια παραμονής όταν ταξιδεύουν, συχνότητα ταξιδιών/ βαθμός εμπειρίας, κίνητρα για διακοπές, βαθμός ικανοποίησης, κλπ) και πού και πώς θα τις βρίσκουν μέσω των βασικών μεθόδων και σταδίων διενέργειας πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας

Στρατηγική Μάρκετινγκ και branding	Αναλύεται η σημασία και το περιεχόμενο του σχεδιασμού μάρκετινγκ της τουριστικής επιχείρησης, μέσω της τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς με βάση τα κατάλληλα κριτήρια και της στόχευσης των ελκυστικών τμημάτων Εναλλακτικές στρατηγικές Διαφοροποίησης/ Τοποθέτησης επιχειρήσεων Εναλλακτικές στρατηγικές Τοποθέτησης προορισμών Διαδικασία τοποθέτησης Μελέτη Περιπτώσεων από την διεθνή και ελληνική τουριστική πραγματικότητα Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, στρατηγικές, στοχοι Στρατηγικές μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών για ειδικές τουριστικές αγορές Στρατηγικές Επανατοποθέτησης ή Τροποποίησης υπάρχοντων τουριστικών προϊόντων και προορισμών, επιμήκυνση τουριστικής περιόδου
Ηλεκτρονικό Τουριστικό Μάρκετινγκ	Social Media & Reviews στις τουριστικές επιχειρήσεις Ανάλυση Επιτυχημένων Περιπτώσεων Ηλεκτρονικής Στρατηγικής τουριστικών επιχειρήσεων

Εισηγήτρια:

ΓΕΩΡΓΙΑ ΖΟΥΝΗ, PhD.

Διδάσκουσα Μεταπτυχιακών Προγραμμάτων Τουρισμού - συνιδρυτής του OpenTourism



Η Δρ. Γεωργία Ζούνη διδάσκει Τουριστικό Μάρκετινγκ στο νεοσύστατο Τμήμα Τουριστικών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς και στα μεταπτυχιακά Προγράμματα MBA Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στην Πολιτιστική Διαχείριση του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με το University of Kent, και το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, μιας και κατέχει διδακτορικό τίτλο (Ph.D) στο Τουριστικό Μάρκετινγκ. Από το 2014 ασχολείται και με την ανάπτυξη του Προγράμματος εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Πειραιώς στη

Διοίκηση και Οργάνωση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Εως σήμερα έχει συμβάλλει στην ακαδημαϊκή κοινότητα του Τουρισμού με επιστημονικές εργασίες σε διεθνή περιοδικά, εκδόσεις, κεφάλαια σε βιβλία μετά από κρίση και συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια Μάρκετινγκ και ως reviewer. Ορισμένες δράσεις της στον Τουρισμό:

- Ειδικός Εμπειρογνώμονας στο Συμβούλιο της Ευρώπης και την Ευρωπαϊκή Ένωση ως Υπεύθυνη της Στρατηγικής σχεδιασμού και Branding για τον πολιτιστικό τουρισμό 8 χωρών της Αδριατικής και της Ιόνιας μακρο-περιοχής.
- Επικεφαλής της ελληνικής Ομάδας Έργου της Ευρωπαϊκής Ένωσης & Υπουργείου Τουρισμού για την Τουριστική Εκπαίδευση στην Ελλάδα.



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.

Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

- Ιδρυτικό μέλος τουριστικού Δικτύου OpenTourism με πάνω από 15.000 μέλη-επαγγελματίες του Τουρισμού. Πλέον το OpenTourism διοργανώνεται σε 16 πόλεις σε όλη την Ελλάδα, και στην Κύπρο.
- Μέτοχος Ξενοδοχειακού Ομίλου.



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς

Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

Στρατηγικό Μάνατζμεντ για Σύγχρονους Τουριστικούς Οργανισμούς στη μετά covid-19 εποχή.

Δρ. Σωτήριος Βαρελάς

Παρασκευή 26 Μαρτίου, 17.00-20.00

Τετάρτη 31 Μαρτίου, 17.00-20.00

Παρασκευή 2 Απριλίου, 17.00-21.00

Διδακτική ύλη

Περιγραφή μαθήματος.

Οι προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι σύγχρονοι τουριστικοί οργανισμοί, σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον στην μετά covid-19 εποχή, με ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις που επιφέρουν νέα μοντέλα εταιρικής διακυβέρνησης, καθιστούν τη στρατηγική απαραίτητη για την ανάπτυξη τους.

Το συγκεκριμένο μάθημα εισαγάγει τους συμμετέχοντες στην εφαρμογή του Στρατηγικού Μάνατζμεντ εκ μέρους των τουριστικών οργανισμών και επιχειρήσεων στην προσπάθεια τους για μια βιώσιμη ανάπτυξη στο ανταγωνιστικό περιβάλλον, με στόχο την γνώση εκείνων των παραμέτρων που θα επιφέρουν αύξηση της επίδοσης των επιχειρήσεων που το αξιοποιούν ως μοντέλο διαχείρισης σε περίοδο κρίσης.

Το μάθημα σχετίζεται με το μάνατζμεντ των τουριστικών οργανισμών – τη διαμόρφωση και την υλοποίηση των επιχειρησιακών (corporate), επιχειρηματικών (business) και λειτουργικών (functional) στρατηγικών μέσω της οργανωσιακής δομής και των επιχειρηματικών διαδικασιών.

Το μάθημα γίνεται αναφορά στις πιο σύγχρονες προσεγγίσεις του στρατηγικού μάνατζμεντ στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον όπου και παρατίθενται μια σειρά από πλαίσια που αφορούν μια συνολική παγκόσμια στρατηγική των τουριστικών επιχειρήσεων στη μετά covid-19 εποχή. Οι συμμετέχοντες γνωρίζουν επίσης τις αλλαγές οι οποίες επιτελούνται στο στρατηγικό μάνατζμεντ με επίκεντρο τις τεχνολογικές εξελίξεις, τη γνώση, την καινοτομία καθώς και τη συνεργασία και το συν-ανταγωνισμό στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Το μάθημα αποτελεί για τα στελέχη τουριστικών οργανισμών, έναν ουσιαστικό οδηγό αξιοποίησης των δυνατοτήτων του Στρατηγικού Μάνατζμεντ στην μετά covid-19 εποχή, από τις τουριστικές επιχειρήσεις με στόχο την απόκτηση ενός διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για μια βιώσιμη ανάπτυξη εντός ανταγωνισμού καθώς και καινοτομία αξίας για ανάπτυξη σε σύγχρονα περιβάλλοντα εκτός ανταγωνισμού.



Τέλος το μάθημα εισάγει θέματα και περιγράφει αρχές, δομές και μοντέλα, όπου οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να αναζητούν πως θα αντιδρούν σε διαφορετικά επιχειρηματικά θέματα και προβλήματα. Το μάθημα βασίζεται τόσο στη θεωρία, όσο και στην πρακτική.

Αναμενόμενα οφέλη.

Οι συμμετέχοντες με το πέρας του μαθήματος θα είναι σε θέση:

- Να αναλύουν στρατηγικά το τουριστικό περιβάλλον, του κλάδου, του ανταγωνισμού, των διαφόρων ενδιαφερομένων για την τουριστική επιχείρηση (stakeholders), καθώς και των δυνατοτήτων της επιχείρησης στην μετά covid-19 εποχή.
- Να διατυπώσουν στρατηγικές αποφάσεις αναγνωρίζοντας ευκαιρίες και απειλές που ενυπάρχουν στις περιβαλλοντικές αλλαγές που επέφερε η πανδημία.
- Να επιλέγουν στρατηγικές για την αντιμετώπιση των αλλαγών που επέφερε η πανδημία covid-19.
- Να αναπτύσσουν διαδικασίες για την υλοποίηση στρατηγικών ενεργειών στη μετά covid-19 εποχή.

Περιγραφή μαθήματος.

Υποενότητα 1. Στρατηγική για Τουριστικούς Οργανισμούς στην covid-19 εποχή

Εισαγωγή Εννοιών

- Τουρισμός και Τουριστικές Επιχειρήσεις στην μετά covid-19 εποχή
- Στρατηγικό Μάνατζμεντ στον Τουρισμό σε περιόδους κρίσης
- Απόκτηση Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος για τουριστικές επιχειρήσεις σε περιόδους κρίσης

Στρατηγική Εκτίμηση Περιβάλλοντος σε περιόδους κρίσης

- Εκτίμηση Εξωτερικού Περιβάλλοντος για επιχειρήσεις τουρισμού
- Ανάλυση του Ανταγωνιστικού Μικροπεριβάλλοντος στον τουρισμό – Οι 5 Δυνάμεις του Porter
- Ανάλυση Ανταγωνισμού στις τουριστικές επιχειρήσεις
- Ανάλυση Στρατηγικών Ομάδων για επιχειρήσεις τουρισμού
- Εκτίμηση εσωτερικού περιβάλλοντος τουριστικών οργανισμών για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Η Αλυσίδα Αξία και η αλυσίδα κέρδους στις τουριστικές επιχειρήσεις

Υποενότητα 2. Στρατηγικές Αποφάσεις σε περίοδο κρίσης

Στρατηγικές Αποφάσεις για διέξοδο από την κρίση



- Ανάλυση επιχειρησιακών (corporate), επιχειρηματικών (business) και λειτουργικών (functional) στρατηγικών για διέξοδο από την κρίση
- Διαμόρφωση και Υλοποίηση των Στρατηγικών Αποφάσεων
- Υλοποίηση Στρατηγικής
- Έλεγχος και Αξιολόγηση Στρατηγικής

Σύγχρονες Προσεγγίσεις Στρατηγικής σε ένα αβέβαιο περιβάλλον

- Μοντέλα Διεθνοποίησης Τουριστικών Οργανισμών
- Διεθνοποίηση και knowledge-based view
- Συνεργασία και συνανταγωνισμός τουριστικών επιχειρήσεων
- Τουριστικές επιχειρήσεις εκτός ανταγωνισμού
- Στρατηγική Ανάλυση Μελέτης Περίπτωσης ενός Τουριστικού Οργανισμού

Εισηγητής:

ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΒΑΡΕΛΑΣ, PhD.

Λέκτορας Στρατηγικού Μάνατζμεντ στον Τουρισμό στο Πανεπιστήμιο Νεάπολης της Πάφου.



Ο **Δρ. Βαρελάς Σωτήριος** είναι Λέκτορας στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ στον Τουρισμό στο Πανεπιστήμιο Νεάπολης της Πάφου και επισκέπτης Λέκτορας στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς, με ερευνητικά αντικείμενα το στρατηγικό μάνατζμεντ, το μάρκετινγκ, το ψηφιακό μάρκετινγκ, και τη διαχείριση προορισμών. Είναι μεταδιδακτορικός ερευνητής στον τομέα της εικονικής- επαυξημένης πραγματικότητας και του gamification στον τουρισμό του Τμήματος Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνίας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου και διδάκτορας στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ για Τουριστικές Επιχειρήσεις του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Έχει πολυετή επαγγελματική εμπειρία ως επιστημονικός σύμβουλος σε ΟΤΑ Β' βαθμού σε θέματα διαχείρισης προορισμού, και ως επιστημονικός συνεργάτης στο Υπουργείο Τουρισμού και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Διδάσκει etourism στο Τμήμα Τουριστικών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς, μάρκετινγκ προορισμών στο Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, και μάρκετινγκ στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής. Έχει αποφοιτήσει από το Τμήμα Στατιστικής και Ασφαλιστικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς ενώ έχει λάβει μεταπτυχιακό τίτλο MBA από το Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του ίδιου Πανεπιστημίου. Έχει συγγράψει μελέτες μάρκετινγκ για προορισμούς και έχει συνεργαστεί με αρκετά κέντρα ερευνών όπως το Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το ΑΤΕΙ Πελοποννήσου, το Εργαστήριο Πολιτικής Αξιολόγησης και Ανάπτυξης Προγραμμάτων και το Κέντρο Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Είναι ιδρυτής της εταιρείας ΚΑΙΝΟΤΟΜΕΣ ΔΙΚΤΥΩΣΕΙΣ ΟΕ www.netourwork.com η οποία έχει ως αντικείμενο την καινοτόμα δικτύωση με πολυμεσικά και πολυτροπικά εργαλεία των σύγχρονων προορισμών με τους travel agent του εξωτερικού. Επιστημονικές του εργασίες



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.

Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

έχουν δημοσιευθεί σε αρκετά διεθνή επιστημονικά Journal ενώ ο ίδιος είναι και μέλος στην συντακτική ομάδα αρκετών περιοδικών.



Κοστολογικά Συστήματα και Διαχείριση Κόστους Επιχειρήσεων Τουρισμού και Φιλοξενίας.

Επικ. Καθ. Οδυσσέας Παυλάτος

Δευτέρα 22 Μαρτίου, 17.00-21.00

Δευτέρα 29 Μαρτίου, 17.00-21.00

Διδακτική ύλη

Περιγραφή μαθήματος.

Το μάθημα έχει ως στόχο να παρουσιάσει σε θεωρητικό και σε εφαρμοσμένο επίπεδο, τις βασικές αρχές προσδιορισμού, ανάλυσης και χρήσης του κόστους στην άσκηση της διοίκησης και του ελέγχου στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Ασχολείται με τον προσδιορισμό και την ανάλυση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, με τις τεχνικές διαχείρισης του (cost management), με τη χρήση των κοστολογικών πληροφοριών για τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων (πχ τιμολόγηση, αποδοχή προτάσεων συνεργασίας από tour- operators), με την ανάπτυξη προϋπολογισμών (budgeting) καθώς και τον έλεγχο της επίτευξης τους (budgetary control).

Μετά από 10 ώρες διαλέξεων με εφαρμοσμένα παραδείγματα από τουριστικές επιχειρήσεις, οι συμμετέχοντες θα αποκτήσουν ολοκληρωμένη γνώση για τα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιήσουν για την αποτελεσματική διοίκηση και έλεγχο της τουριστικής τους επιχείρησης καθώς και να βελτιώσουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Αναμενόμενα οφέλη.

Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι συμμετέχοντες θα μπορούν να απαντήσουν στα ενδεικτικά ερωτήματα:

- Ποιο είναι το κόστος λειτουργία της επιχείρησής μου;
- Πως μπορώ να το μειώσω το κόστος;
- Πως μπορώ να βελτιώσω την κερδοφορία της επιχείρησής μου;
- Πως χρησιμοποιώ το κόστος στις καθημερινές μου αποφάσεις;
- Ποιο είναι το νεκρό σημείο (σημείο εξίσωσης των συνολικών εσόδων με τα έξοδα) στην επιχείρησή μου;
- Πως καταρτίζω ένα προϋπολογισμό;

Περιγραφή μαθήματος.

Θεματικές ενότητες	Μαθησιακά αποτελέσματα
1. Κοστολογική οργάνωση τουριστικών επιχειρήσεων	- Αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις γενικού φάσματος στο πεδίο μελέτης - Φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης
2. Διακρίσεις κόστους-Λειτουργικό κόστος	- Αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις γενικού φάσματος στο πεδίο μελέτης - Φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης
3. Διαδικασία κοστολόγησης στις τουριστικές επιχειρήσεις	- Ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις στο πεδίο μελέτης - Ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης
4. Εκθέσεις κόστους και κερδοφορίας στις τουριστικές επιχειρήσεις, σύμφωνα με το Αμερικάνικο Κλαδικό Λογιστικό Σχέδιο των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων (Uniform System for Lodging Industries)	- Ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις στο πεδίο μελέτης - Ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης
5. Χρήση κοστολογικών πληροφοριών στη λήψη αποφάσεων	- Προχωρημένες γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής, οι οποίες συνεπάγονται κριτική κατανόηση θεωριών και αρχών στο πεδίο μελέτης - Ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης
6. Προγραμματισμός δράσης τουριστικών επιχειρήσεων και έλεγχος μέσω προϋπολογισμών	- Προχωρημένες γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής, οι οποίες συνεπάγονται κριτική κατανόηση θεωριών και αρχών στο πεδίο μελέτης - Ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την εξεύρεση λύσεων σε συγκεκριμένα προβλήματα στο πεδίο μελέτης



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς

Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

Εισηγητής:

ΟΔΥΣΣΕΑΣ ΠΑΥΛΑΤΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής Λογιστικής στο τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.



Ο Οδυσσέας Παυλάτος είναι Επίκουρος Καθηγητής Λογιστικής στο τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Τα ερευνητικά του ενδιαφέροντα επικεντρώνονται στη μελέτη των κοστολογικών συστημάτων και των συστημάτων Διοικητικής Λογιστικής των επιχειρήσεων. Το ερευνητικό του έργο έχει δημοσιευτεί σε διεθνή αναγνωρισμένα επιστημονικά περιοδικά, όπως *Advances in Accounting* (Elsevier), *Journal of Economic Asymmetries* (Elsevier), *Journal of Applied Accounting Research* (Emerald), *Journal of Accounting and Organizational Change* (Emerald), *Managerial Auditing Journal* (Emerald), *International Journal of Hospitality Management* (Elsevier), *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Emerald), *Journal of Hospitality and Tourism Research* (Sage), *Journal of Financial Hospitality Management* (Taylor and Francis), *Journal of Accounting and MIS* κτλ.

Είναι κριτής ερευνητικών εργασιών στα κορυφαία περιοδικά του ξενοδοχειακού μάνατζμεντ: *International Journal of Hospitality Management*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, *Cornell Hospitality Quarterly*, καθώς και στο *Journal of Financial Hospitality Management*, το επίσημο περιοδικό της παγκόσμιας ένωσης εκπαιδευτών ξενοδοχειακού χρηματοοικονομικού μάνατζμεντ (*Association of Hospitality Financial Management Educators*). Έχει διδάξει στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, στο Πανεπιστήμιο Κρήτης, στο Πολυτεχνείο Κρήτης, στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, στο ΤΕΙ Αθήνας, τόσο σε προπτυχιακά, όσο και σε μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών. Είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Εκπαιδευτών Τουρισμού και Φιλοξενίας (Euro CHRIE), της Ευρωπαϊκής Ένωσης Λογιστικής (European Accounting Association) και του Συνδέσμου Επιστημόνων Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Ελλάδος.



Επιμελητήριο
Κυκλάδων

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ 1836



ΚΕΤΑΝ

ΚΥΚΛΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Κέντρο Επιμόρφωσης
& Δια Βίου Μάθησης
Πανεπιστημίου Πειραιώς

Κ.Ε.ΔΙ.ΒΙ.Μ.



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

Κόστος συμμετοχής

Πιστοποιημένη παρακολούθηση και των δύο (2) ενοτήτων
διάρκειας 28 ωρών

Μέλη του Επιμελητηρίου Κυκλάδων: **150€**

Μη μέλη του Επιμελητηρίου Κυκλάδων: **240€**

Στην περίπτωση επιλογής μίας ενότητας το κόστος παρακολούθησης διαμορφώνεται ως εξής:

Μέλη του Επιμελητηρίου Κυκλάδων: 100€

Μη μέλη του Επιμελητηρίου Κυκλάδων: 150€

Η πιστοποίηση παρέχεται για την παρακολούθηση και των δύο (2) θεματικών ενοτήτων και αντιστοιχεί σε μία (1) μονάδα επαγγελματικής κατάρτισης (ECVET).