

Θεσσαλονίκη: 8-11-2013
Αριθμ. Πρωτ.: 1492



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ
ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Α/ΘΜΙΑΣ & Β/ΜΙΑΣ ΕΚΠ/ΣΗΣ
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΧΟΛΙΚΩΝ
ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
Δρ. Δημήτρης Μ. Μυλωνάς
Σχολικός Σύμβουλος
Οικονομολόγων
Ταχ. Δ/ση: Χάλκης 8, 10^ο
χιλιόμετρο Θεσσαλονίκης -
Μουδανιών
Ταχ. Κωδ. : 57001
Ταχ. Θυρ. : Δ. 5019
Τηλέφωνο : 2310/365320
Fax: 2310/286715
e - mail :
grss@kmaked.pde.sch.gr
dimmylonas@gmail.com

ΠΡΟΣ

1. Τις Διευθύνσεις
Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
Ανατολικής Θεσσαλονίκης, Δυτικής
Θεσσαλονίκης και Χαλκιδικής

Έδρες τους

Δια των αντίστοιχων Διευθύνσεων
Εκπαίδευσης με την παρακλήση να
κοινοποιηθεί στα ΕΠΑΛ (Ημερήσια και
Εσπερινά ευθύνης σας) που
λειτουργούν Τομέα Οικονομικών και
Διοικητικών Υπηρεσιών

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ

Περιφερειακή Διεύθυνση Π & Δ.
Εκπαίδευσης Κεντρικής Μακεδονίας
Προϊστάμενο Επιστημονικής και
Παιδαγωγικής Καθοδήγησης
Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
Κ. Ψυχογιού Ευαγγελία

ΘΕΜΑ: Οδηγίες για τη διδασκαλία των μαθημάτων του Τομέα Οικονομικών και Διοικητικών Υπηρεσιών - Β' τάξη - και ειδικοτήτων - Γ' τάξη- (Υπαλλήλων Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών και Υπαλλήλων Τουριστικών Επιχειρήσεων) του Ημερησίου και Εσπερινού Επαγγελματικού Λυκείου (ΕΠΑ.Λ.), για το σχολικό έτος 2013-2014.

Σύμφωνα με την Υ.Α. με αρ. πρωτ. 152919/Γ2/18-10-2013 σας αποστέλλονται οδηγίες σχετικά με τη διδασκαλία των μαθημάτων του Τομέα Οικονομικών και Διοικητικών Υπηρεσιών και των ειδικοτήτων Υπαλλήλων Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών και Υπαλλήλων Τουριστικών Επιχειρήσεων της Β' και Γ' τάξης Ημερησίου Επαγγελματικού Λυκείου (ΕΠΑ.Λ) και της Β' , Γ' και Δ' τάξης Εσπερινού Επαγγελματικού Λυκείου (ΕΠΑ.Λ), για το σχολικό έτος 2013-2014.

ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ: ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ MARKETING

(Γ' Τάξης ΕΠΑ.Λ., Μάθημα Ειδικότητας Υπαλλήλων Τουριστικών Επιχειρήσεων)

Είναι γνωστό ότι για τη διδασκαλία του μαθήματος ειδικότητας «Τουριστικό Μάρκετινγκ» της Γ' τάξης ΕΠΑ.Λ. έχει προταθεί να χρησιμοποιηθεί το βιβλίο «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ» της Α' τάξης 2^{ου} κύκλου του Τομέα Οικονομίας και Διοίκησης των Τ.Ε.Ε.

Δεδομένου ότι το βιβλίο αυτό συγγράφηκε αρχικά για την ειδικότητα Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων των Τ.Ε.Ε. κρίνεται αναγκαία η απλούστευση του περιεχομένου με την χρήση διδακτικών μεθοδολογικών προσεγγίσεων και τεχνικών που οδηγούν στην ανακαλυπτική μάθηση.

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Αντικειμενικός σκοπός του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους μαθητές να γνωρίσουν, να κατανοήσουν και να εμπεδώσουν την έννοια, το περιεχόμενο και τα εργαλεία του Τουριστικού Μάρκετινγκ. Με τη διδασκαλία του μαθήματος επιδιώκεται οι μαθητές να μπορούν να περιγράψουν, να αναλύουν και να χειρίζονται αποτελεσματικά:

- τη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ
- τις βασικές έννοιες του Τουριστικού Μάρκετινγκ
- τη διαδικασία, σπουδαιότητα και χρησιμότητα του προγραμματισμού Μάρκετινγκ
- τη διαδικασία, τους σκοπούς και τις εφαρμογές της έρευνας Μάρκετινγκ
- τη συμπεριφορά και τη διαδικασία λήψης απόφασης του τουρίστα
- την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς και τις εφαρμογές της το μίγμα του Τουριστικού Μάρκετινγκ

ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Οι ειδικότεροι στόχοι του μαθήματος, ανά κεφάλαιο, περιγράφονται στο Αναλυτικό Πρόγραμμα του μαθήματος (ΦΕΚ 1667/Β'/2001) που έχει αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του ΠΙ (βλ Οικονομικά μαθήματα). Ενδεικτικά αναφέρουμε την αναμενόμενη ικανότητα των μαθητών :

- Να διατυπώνουν τον ορισμό του Μάρκετινγκ
- Να αιτιολογούν την ύπαρξη διαφόρων ειδών Μάρκετινγκ
- Να ορίζουν την έννοια και να περιγράφουν τα χαρακτηριστικά του Τουριστικού Μάρκετινγκ
- Να ορίζουν τις έννοιες του τουρίστα, των επιθυμιών, των αναγκών, της ζήτησης
- Να αναφέρουν και να εξηγούν τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος
- Να ορίζουν την έννοια της τουριστικής αγοράς και να περιγράφουν τη λειτουργία της
- Να περιγράφουν και να εξηγούν το ρόλο του τουριστικού Μάρκετινγκ στην τουριστική ζήτηση και προσφορά
- Να αναφέρουν και να αναλύουν το μίγμα τουριστικού Μάρκετινγκ
- Να ορίζουν την έννοια του προγραμματισμού Μάρκετινγκ
- Να αναφέρουν και να περιγράφουν τα στάδια της διαδικασίας προγραμματισμού Μάρκετινγκ

- Να αναφέρουν παραδείγματα εφαρμογής της τμηματοποίησης της αγοράς
- Να εξηγούν τη σημασία του εσωτερικού Μάρκετινγκ στις τουριστικές επιχειρήσεις
- Να ορίζουν την έννοια του τουριστικού προϊόντος
- Να περιγράφουν με παραδείγματα τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος
- καθορισμό της τιμής
- Να περιγράφουν με παραδείγματα τις μεθόδους προσδιορισμού των τιμών και τις μορφές πολιτικής τιμών

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΥΛΗ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Από το βιβλίο «Τουριστικό Μάρκετινγκ» των Η. Μοσχονά, Χ. Πετρέα και Α. Βάθη:

Κεφάλαιο 1: Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στις Σύγχρονες Επιχειρήσεις

1.1 Έννοια και Περιεχόμενο του Μάρκετινγκ	σελ. 14-15
1.2 Ιστορική Εξέλιξη του Μάρκετινγκ	σελ. 16-17
1.3 Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στις σύγχρονες Επιχειρήσεις	σελ. 18-19
1.4 Τα είδη του Μάρκετινγκ – Η Αναγκαιότητα Ύπαρξης διαφορετικών ειδών Μάρκετινγκ	σελ. 20-21
1.5 Τουριστικό Μάρκετινγκ	σελ. 22-23
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 24-25

Κεφάλαιο 2: Βασικές Έννοιες του Μάρκετινγκ και του Τουριστικού Μάρκετινγκ

2.1 Η Αναγκαία Φιλοσοφία για το Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ	σελ. 28
2.2 Προϋποθέσεις Υιοθέτησης αυτής της Φιλοσοφίας	σελ. 29-36
2.3 Βασικές Έννοιες του Τουριστικού Μάρκετινγκ	σελ. 37-52
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 53-55

Κεφάλαιο 3: Προγραμματισμός του Τουριστικού Μάρκετινγκ

3.1 Η Έννοια του Προγραμματισμού	σελ. 58-60
3.2 Η Διαδικασία του προγραμματισμού και του Τουριστικού Μάρκετινγκ	σελ. 60-71
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 72-74

Κεφάλαιο 6: Τμηματοποίηση της Τουριστικής Αγοράς

6.1 Έννοια της Τμηματοποίησης	σελ. 134-135
6.2 Προϋποθέσεις Τμηματοποίησης	σελ. 135-136
6.3 Κριτήρια Τμηματοποίησης της Τουριστικής Αγοράς	σελ. 136-145
6.4 Εφαρμογή και Κόστος Τμηματοποίησης της Αγοράς	σελ. 145-147
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 147-148

Κεφάλαιο 7: Εσωτερικό Μάρκετινγκ

7.1 Έννοια του Εσωτερικού Μάρκετινγκ	σελ. 150-154
7.2 Η Διαδικασία του Εσωτερικού Μάρκετινγκ	σελ. 154-159
7.3 Η Αναγκαιότητα – Σπουδαιότητα του Εσωτερικού Μάρκετινγκ	σελ. 159-160
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 161-163

Κεφάλαιο 8: Πολιτική Τουριστικού Προϊόντος

8.1 Η Έννοια της Πολιτικής του Τουριστικού Προϊόντος	σελ. 166-168
8.2 Θέματα που Αφορούν το Τουριστικό Προϊόν	σελ. 169-176
8.3 Διαφοροποίηση του Τουριστικού Προϊόντος	σελ. 177-178
8.4 Κύκλος Ζωής του Τουριστικού Προϊόντος	σελ. 179-182
8.5 Ανάπτυξη νέων Προϊόντων	σελ. 182-184
8.6 Ποιότητα του Τουριστικού Προϊόντος	σελ. 184-186
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 187-190

Κεφάλαιο 9: Η Πολιτική των Τιμών

9.1 Έννοια της Πολιτικής των Τιμών	σελ. 192-193
9.2 Παράγοντες που Επηρεάζουν τον Καθορισμό της Τιμής	σελ. 193-207
Ανακεφαλαίωση – Έννοιες Κλειδιά – Ερωτήσεις – Δραστηριότητες	σελ. 208-211

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ

Επισημαίνεται η αναγκαιότητα απλούστευσης του περιεχομένου με την χρήση διδακτικών μεθοδολογικών προσεγγίσεων και τεχνικών που οδηγούν κυρίως στην ανακαλυπτική μάθηση. Προτείνεται η εφαρμογή κυρίως των «σχεδίων εργασίας» (projects) και των τεχνικών «μελέτης περίπτωσης» (case studies) για την κατανόηση για παράδειγμα, των νόμων προσφοράς και ζήτησης, των φαινομένων πληθωρισμού και ανεργίας.

Επεξεργασία πινάκων και διαγραμμάτων, δεδομένου ότι τα διαγράμματα, μαζί με άλλο χρήσιμο υλικό, αποτελούν κείμενα που συμβάλλουν στην καλλιέργεια των δεξιοτήτων κριτικής ανάγνωσης των πληροφοριών. Συζήτηση σε ομάδες ή και ανά ζεύγη

Απαραίτητο συμπληρωματικό εκπαιδευτικό υλικό για την κατανόηση των βασικών οικονομικών εννοιών αποτελούν το βιβλίο μαθητή «Οικονομία – Επιχειρηματικότητα» καθώς και το αντίστοιχο βιβλίο καθηγητή: «Οικονομία – Επιχειρηματικότητα: Διδακτικές Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις» που έχουν παραχθεί από το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο και έχουν αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του ΠΙ (βλ Καινοτόμα προγράμματα).

ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Ο τρόπος εξέτασης του μαθήματος γίνεται σύμφωνα με το Άρθρο 13 του Π.Δ. 50/2008 (ΦΕΚ 81/Α'/2008). Δηλαδή: Τα θέματα των εξετάσεων λαμβάνονται από την ύλη που έχει οριστεί ως εξεταστέα για το μάθημα. Οι ερωτήσεις ελέγχουν ευρύ φάσμα διδακτικών στόχων και είναι κλιμακούμενου βαθμού δυσκολίας. Οι μαθητές απαντούν υποχρεωτικά σε όλα τα θέματα.

Οι ερωτήσεις ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει ερωτήσεις (όχι λιγότερες από δύο) που μπορούν να αναλύονται σε υποερωτήματα με σκοπό τον έλεγχο της κατανόησης της διδαχθείσας ύλης και η δεύτερη κατηγορία μπορεί να περιλαμβάνει (όχι λιγότερες από δύο) ασκήσεις εφαρμογών ή ερωτήσεις ή και προβλήματα που θα ελέγχουν την κριτική τους σκέψη και την ικανότητα εφαρμογής της αποκτηθείσας γνώσης.

Η βαθμολογία κατανέμεται κατά 50% στην πρώτη κατηγορία και 50% στη δεύτερη. Σε περίπτωση κατά την οποία ένα θέμα αναλύεται σε υποερωτήματα, η βαθμολογία που προβλέπεται γι' αυτό κατανέμεται ισότιμα στις επιμέρους ερωτήσεις, εκτός εάν κατά την ανακοίνωση των θεμάτων καθορίζεται διαφορετικός βαθμός για κάθε μια από αυτές.