



**Στρατηγικές Ψηφιακής Προώθησης Τουριστικών
Προϊόντων με Χρήση Σύγχρονων Ψηφιακών
Εργαλείων**

Αναλυτική Περιγραφή
του Προγράμματος

Σκοπός

Το ψηφιακό Μάρκετινγκ στον τουρισμό είναι μια κρίσιμη στρατηγική για την προώθηση τουριστικών προορισμών, υπηρεσιών και εμπειριών. Μέσω της χρήσης ψηφιακών εργαλείων και καναλιών (όπως ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαφημίσεις στο διαδίκτυο, SEO, email marketing κλπ.), οι τουριστικές επιχειρήσεις προσεγγίζουν ένα ευρύ κοινό και προάγουν την προβολή των προϊόντων τους. Το ψηφιακό Μάρκετινγκ δεν αντικαθιστά τις ενέργειες και τα εργαλεία του παραδοσιακού Μάρκετινγκ, αλλά αλληλοσυμπληρώνονται για να αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, στην επιδίωξη της επίτευξης των στόχων τους,



Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Μετά την ολοκλήρωση του εκπαιδευτικού προγράμματος, ο εκπαιδευόμενος θα είναι σε θέση να γνωρίζει:

- ❖ Την ανάπτυξη στρατηγικών για την προώθηση τουριστικών υπηρεσιών και προορισμών.
- ❖ Τα ψηφιακά εργαλεία και κανάλια Μάρκετινγκ.
- ❖ Τις συνέργειες για την τουριστική επιχείρηση από την παράλληλη χρήση ψηφιακών και παραδοσιακών εργαλείων Μάρκετινγκ
- ❖ Τρόπους δημιουργίας ελκυστικού περιεχομένου και αξιοποίησης της διαφήμισης στον τουριστικό τομέα.
- ❖ Τη χρήση δεδομένων και analytics για τη βελτιστοποίηση των στρατηγικών Μάρκετινγκ.
- ❖ Την ενίσχυση της εμπειρίας των πελατών μέσω ψηφιακής εξυπηρέτησης και διαχείρισης της φήμης.



Περιγραφή γνωστικού αντικειμένου

Το γνωστικό αντικείμενο «Στρατηγικές Ψηφιακής Προώθησης Τουριστικών Προϊόντων με Χρήση Σύγχρονων Ψηφιακών Εργαλείων» έχει ως σκοπό την κατανόηση και εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων μάρκετινγκ στον τουριστικό τομέα, με έμφαση στην αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μέσα από την αναλυτική παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος, των σταδίων ανάπτυξής του, καθώς και των αιτιών αποτυχίας ή επιτυχίας του, οι εκπαιδευόμενοι μαθαίνουν να σχεδιάζουν και να υλοποιούν βιώσιμα επιχειρηματικά και marketing πλάνα, να διεξάγουν έρευνες αγοράς και να αναλύουν το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον με εργαλεία όπως SWOT και PEST. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο ψηφιακό μάρκετινγκ, στο περιεχόμενο και την τεχνική διαχείριση ιστοσελίδων, στη χρήση πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης για στοχευμένη επικοινωνία και αύξηση του κοινού, καθώς και στη δημιουργία τακτικού πλάνου επικοινωνίας, συμβάλλοντας στην αποτελεσματική προβολή και εμπορική επιτυχία τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων.



Πίνακας Περιεχομένων

Σκοπός

Περιγραφή γνωστικού αντικειμένου

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Εκπαιδευτική Ενότητα 1. Ανάλυση τουριστικών προϊόντων

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 1.1. Ορισμός τουριστικού προϊόντος

Εκπαιδευτική Υποενότητα 1.2. Το μίγμα τουριστικού προϊόντος

Εκπαιδευτική Υποενότητα 1.3. Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος

Εκπαιδευτική Υποενότητα 1.4. Αιτίες που οδηγούν στην αποτυχία ενός τουριστικού προϊόντος

Εκπαιδευτική Υποενότητα 1.5. Κυκλοφορία ενός νέου προϊόντος

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας 1

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 2. Βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα για ενημερωτικές ιστοσελίδες

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 2.1. Η έννοια του επιχειρηματικού μοντέλου

Εκπαιδευτική Υποενότητα 2.2. Διαδικτυακά επιχειρηματικά μοντέλα

Εκπαιδευτική Υποενότητα 2.3. Δομικά στοιχεία των ηλεκτρονικών ΜΜΕ και η αρχιτεκτονική τους

Εκπαιδευτική Υποενότητα 2.4. Επιχειρηματικά μοντέλα ενημέρωσης: το προϊόν, η πρόταση αξίας, η σχέση με το κοινό, οι οικονομικές ροές, το κόστος, οι πηγές χρηματοδότησης

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία





Εκπαιδευτική Ενότητα 3. Έννοια, σημασία και χρησιμότητα του Πλάνου Μάρκετινγκ (Marketing Plan)

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 3.1 Έννοια, σημασία και χρησιμότητα του Πλάνου Μάρκετινγκ (Marketing Plan)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 3.2. Business Plan και Marketing Plan

Εκπαιδευτική Υποενότητα 3.3. Ανάλυση ευκαιριών - Καθορισμός στρατηγικών - Σχεδιασμός πλάνου Μάρκετινγκ - Διοίκηση Μάρκετινγκ

Εκπαιδευτική Υποενότητα 3.4. Σύνταξη πλάνου Μάρκετινγκ: Παρούσα κατάσταση - Ανάλυση SWOT - Στόχοι - Στρατηγική Μάρκετινγκ - Πρόγραμμα δράσης - Προϋπολογισμός και προβλέψεις – Έλεγχος

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 4. Έρευνα αγοράς

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 4.1. Ρόλος και σημασία της έρευνας Μάρκετινγκ

Εκπαιδευτική Υποενότητα 4.2. Συστατικά της έρευνας Μάρκετινγκ: Έρευνα Αγοράς - Έρευνα Προϊόντος - Έρευνα Τιμολόγησης - Έρευνα Δικτύων Διανομής - Έρευνα Προώθησης Πωλήσεων

Εκπαιδευτική Υποενότητα 4.3. Διαδικασία έρευνας αγοράς

Εκπαιδευτική Υποενότητα 4.4. Έρευνα αγοράς και λήψη αποφάσεων

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία

Εκπαιδευτική Ενότητα 5. SWOT, Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 5.1. Η έννοια και οι λειτουργίες του Μάρκετινγκ -

Προσανατολισμός στον πελάτη - Η αποστολή του Μάρκετινγκ και το Μάρκετινγκ Concept

Εκπαιδευτική Υποενότητα 5.2. Η αγορά και το περιβάλλον της - Ανάλυση PEST και SWOT - Τμηματοποίηση και στόχευση της αγοράς

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 6. Ψηφιακό Μάρκετινγκ (Digital Marketing)

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.1. Βασικές αρχές, ορολογία και λειτουργίες του Διαδικτυακού Marketing

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.2. Διαδικτυακό Μίγμα Marketing και διαδικτυακό Branding - Μορφές και μέσα (προώθησης) του e-Marketing - Σχέση Domain Name και Brand Name

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.3. Η συμπεριφορά του καταναλωτή στον ψηφιακό κόσμο - Προγραμματισμός και ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ μέσω μηχανών αναζήτησης

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.4. Έννοια και στρατηγικές του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.5. Μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email marketing), κινητών τηλεφώνων (mobile marketing), online βίντεο, περιεχομένου (content marketing) - Συμμετοχή σε News Groups/Chat Rooms

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.6. Storytelling Μάρκετινγκ με τη χρήση πολλαπλών μέσων - RSS και Podcasting - Videocasting, Screencasting και Live Streaming Rooms

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.7. Προσωποποίηση και βελτιστοποίηση ιστοτόπων - Blogging for Business - WordPress

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.8. Ηλεκτρονική Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων μέσω Διαδικτύου (e-CRM)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 6.9. Μετρικές και Αναλύσεις στο Διαδίκτυο - Web Metrics & Analytics

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία
Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 7. Διαχείριση Περιεχομένου

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 7.1. Μοντέλα Βάσεων
Δεδομένων - Συστήματα Διαχείρισης Βάσεων Δεδομένων
(ΣΔΒΔ)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 7.2. Σχεδιασμός και διαχείριση
Βάσης Δεδομένων (μοντέλο Οντοτήτων Συσχετίσεων -
κανονικοποίηση)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 7.3. Διαχείριση στατικών -
δυναμικών ιστοσελίδων (HTML, CSS, Javascript)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 7.4. Εργαλεία ανάπτυξης
ιστοσελίδων

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία





Εκπαιδευτική Ενότητα 8. Στόχος & στρατηγική επικοινωνίας μέσα από social media

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 8.1. Εισαγωγικές έννοιες και λειτουργίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 8.2. Καθορισμός/Εντοπισμός της ομάδας στόχου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Προσέλκυση ομάδας στόχου-πελατών

Εκπαιδευτική Υποενότητα 8.3. Ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης Εκπαιδευτικής Ενότητας

Εργασία

Βιβλιογραφία

Εκπαιδευτική Ενότητα 9. Τρόποι αύξησης των followers στα social media

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 9.1. Ρυθμίσεις
και επιλογές των Μέσων Κοινωνικής
Δικτύωσης (Social Media)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 9.2.
Μεθοδολογίες αύξησης των Followers

Εκπαιδευτική Υποενότητα 9.3.
Διαδικασία έρευνας αγοράς

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης
Εκπαιδευτικής Ενότητας 9

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 10. Τακτικό πλάνο επικοινωνίας μέσα από social media

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες- κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 10.1. Κανόνες
προγραμματισμού επικοινωνίας βάσει
κριτηρίων

Εκπαιδευτική Υποενότητα 10.2.
Τεχνικές συγγραφής ελκυστικών άρθρων

Εκπαιδευτική Υποενότητα 10.3.
Χαρακτηριστικά επιτυχούς επικοινωνίας

Σύνοψη Εκπαιδευτικής Ενότητας 994

Εργασία

Βιβλιογραφία

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης
Εκπαιδευτικής Ενότητας 10



Εκπαιδευτική Ενότητα 11: Υγεία και ασφάλεια στην εργασία

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιές – Κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.1: Υποχρεώσεις των εργοδοτών και εργαζομένων

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.2: Επιτροπή υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας (Ε.Υ.Α.Ε.)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.3: Τεχνικός ασφαλείας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.4: Ιατρός εργασίας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.5: Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.6: Διοικητικές και ποινικές κυρώσεις

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.7: Στοιχεία υγείας και ασφάλειας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.8: Εξοπλισμός Εργασίας - Μέτρα Ατομικής Προστασίας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.9: Πρωτόκολλα Υγείας και Προστασίας από Μεταδιδόμενες Ασθένειες

Εκπαιδευτική Υποενότητα 11.10: Covid-19 – Μέτρα προστασίας

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 12: Βασικές αρχές εργατικού δικαίου

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιές – Κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.1: Εργατικό δίκαιο

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.2: Σύμβαση εργασίας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.3: Σχέση εργασίας
Αορίστου και ορισμένου χρόνου

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.4: Τι θεωρείται πλήρες
ωράριο και μερική απασχόληση

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.5: Διευθυντικό δικαίωμα

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.6: Αμοιβή εργασίας

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.7: Άδειες

Εκπαιδευτική Υποενότητα 12.8: Απόλυση

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία



Εκπαιδευτική Ενότητα 13: Προετοιμασία για την αγορά εργασίας

Σκοπός

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες – Κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 13.1: Αναζήτηση
εργασίας και προσέγγιση πιθανών
εργοδοτών

Εκπαιδευτική Υποενότητα 13.2: Βιογραφικό
σημείωμα

Εκπαιδευτική Υποενότητα 13.3: Συνέντευξη
για εργασία

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής
Ενότητας 13



Εκπαιδευτική Ενότητα 14: Χρήση βασικών εφαρμογών Η/Υ

Σκοπός

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Λέξεις -Κλειδιά

Εκπαιδευτική Υποενότητα 14.1: Εισαγωγή στην πληροφορική -Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής

Εκπαιδευτική Υποενότητα 14.2: Το υλικό (Hardware) – Το λογισμικό (software)

Εκπαιδευτική Υποενότητα 14.3: Microsoft PowerPoint και παρουσίαση

Εκπαιδευτική Υποενότητα 14.4: Διαδίκτυο (Internet)

Σύνοψη

Ερωτήσεις Αυτοαξιολόγησης

Εργασία

Βιβλιογραφία

Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 14





-
- Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 1
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 2
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 3
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 4
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 5
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 6
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 7
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 8
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 9
 - Απαντήσεις Ερωτήσεων Εκπαιδευτικής Ενότητας 10
-