

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....

Ενδεικτικοί υποστηρικτικοί ιστότοποι

1 | Εισαγωγή

2 | Πακέτο διακοπών και η ανάδειξη των Tour Operators

2.1 Εισαγωγή

2.2 Πρώιμες εξελίξεις.....

2.3 Η άνοδος των πακέτων διακοπών

2.4 Η ευκολία των πακέτων διακοπών

2.5 Η προστασία του καταναλωτή

2.6 Διεθνείς εξελίξεις

2.7 Ταξινόμηση των πακέτων διακοπών.....

2.8 Ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον λειτουργίας

2.9 Τύποι Tour Operators

2.10 Επιρροή των Tour Operators.....

2.11 Οι ευκαιρίες συνεχίζουν να αυξάνονται

2.12 Βασικοί πρωταγωνιστές

2.13 Σημαντικοί πρωταγωνιστές σε εξελίξεις νέων προορισμών

2.14 Οι μελλοντικές προοπτικές.....

Περίληψη

Ερωτήσεις συζήτησης

Γλωσσάριο βασικών όρων.....

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Παραπομπές

3 | Το λειτουργικό περιβάλλον

3.1 Εισαγωγή

3.2 Εξωτερικό λειτουργικό περιβάλλον

Περίληψη

Ερωτήσεις συζήτησης

Γλωσσάριο βασικών όρων.....

Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Παραπομπές

4 | Ανάπτυξη προϊόντος.....

4.1 Εισαγωγή.....

4.2	Ανάπτυξη πακέτου (ή αναθεώρηση)	
4.3	Προγραμματισμός ενός πακέτου διακοπών	
4.4	Στάδια ανάπτυξης προϊόντος	
	Περίληψη	
	Ερωτήσεις συζήτησης	
	Γλωσσάριο βασικών όρων	
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	
	Παραπομπές	
5	 Μικρομεσαίοι Tour Operators	
5.1	Εισαγωγή	
5.2	Πράκτορες επίγειας εξυπηρέτησης/ Ground Handling Agents (GHAs)	
5.3	Εξειδικευμένος Τουρισμός (Niche Tourism).....	
5.4	Τουριστικά προϊόντα περιπέτειας	
5.5	Εξειδικευμένα δρομολόγια/ Tailor-Made Itineraries.....	
5.6	Περιηγήσεις με πούλμαν (Coach Tours).....	
	Περίληψη	
	Ερωτήσεις συζήτησης	
	Γλωσσάριο βασικών όρων.....	
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	
	Παραπομπές	
6	 Εξυπηρέτηση πελατών.....	
6.1	Εισαγωγή	
6.2	Εξυπηρέτηση πελατών και ικανοποίηση	
6.3	Διαχείριση της συνάντησης της υπηρεσίας (Service Encounter)	
6.4	Στιγμές της αλήθειας	
6.5	Εκτίμηση ποιότητας της προσφερόμενης υπηρεσίας	
6.6	Ποιοτική συλλογή δεδομένων	
6.7	Ποσοτικές μέθοδοι συλλογής δεδομένων	
6.8	Αφοσίωση/πίστη πελατών (Loyalty)	
6.9	Διατηρώντας την πίστη/αφοσίωση (Loyalty)	
6.10	Διαχείριση πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management).....	
6.11	Ανάκτηση υπηρεσιών (Service Recovery)	
6.12	Ικανοποίηση πελατών και κερδοφορία	
	Περίληψη	
	Ερωτήσεις συζήτησης	
	Γλωσσάριο βασικών όρων.....	
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	
	Παραπομπές	
7	 Οικονομικός προγραμματισμός: τιμολόγηση του πακέτου.....	
7.1	Εισαγωγή	
7.2	Λειτουργικές δαπάνες	
7.3	Επιχειρησιακά έξοδα.....	
7.4	Συντελεστής φορτίου (Load Factor)	

7.5	Κενή πτήση (Empty Leg)
7.6	Κόστη διανομής
7.7	Προβλέψεις και διαχείριση χωρητικότητας/δυναμικότητας
7.8	Tour operators μαζικής αγοράς
7.9	Εξειδικευμένοι (specialist) Tour Operators.....
7.10	Ομόλογα, ασφάλειες και συνδρομές.....
7.11	Διαχείριση μετρητών και ταμειακές ροές
7.12	Πρόσθετες πηγές εισοδήματος.....
7.13	Τιμολογιακοί συντελεστές
7.14	Εταιρικές στρατηγικές τιμολόγησης
7.15	Τακτικές τιμολόγησης
	Περίληψη
	Ερωτήσεις συζήτησης
	Γλωσσάριο βασικών όρων.....
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία
	Παραπομπές
8	 Tour Operators και βασικοί κανονισμοί ταξιδιού.....
8.1	Εισαγωγή
8.2	Ο σκοπός των κανονισμών για τα οργανωμένα ταξίδια του 1992 (Package Travel Regulations 1992)
8.3	Σε ποιον υπάγεται η ευθύνη;
8.4	Ποιος ευνοείται από την ευθύνη που επιβάλλεται;.....
8.5	Μεταβολές πριν από την αναχώρηση
8.6	Μεταβολές μετά την αναχώρηση
8.7	Ευθύνη βάσει του Κανονισμού 15.....
8.8	Ευθύνη βάσει του Κανονισμού 4.....
8.9	Ζημίες
8.10	Προστασία από αφερεγγυότητα.....
8.11	PTD2 – Οι μεγάλες αλλαγές.....
8.12	Περιφέρεια Ασίας-Ειρηνικού και νομοθεσία.....
	Περίληψη
	Ερωτήσεις συζήτησης
	Γλωσσάριο βασικών όρων.....
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία
	Παραπομπές
9	 Διανομή (Τόπος).....
9.1	Εισαγωγή
9.2	Αλλαγές στην παραδοσιακή διανομή.....
9.3	Κανάλια διανομής
9.4	Δυναμική συσκευασία (Dynamic packaging).....
9.5	Επιλογή τουριστικού γραφείου
9.6	Πόροι διανομής
	Περίληψη
	Ερωτήσεις συζήτησης

Γλωσσάριο βασικών όρων.....
Προτεινόμενη βιβλιογραφία.....
Παραπομπές

10 | Μάρκετινγκ

10.1 Βασικά χαρακτηριστικά των tour operators και των προϊόντων
10.2 Ευκολία εισόδου/εξόδου
10.3 Προγραμματισμός μάρκετινγκ
10.4 Ανάλυση κατάστασης.....
10.5 Έρευνα αγοράς (Market Research).....
10.6 Ανάλυση ανταγωνιστών.....
10.7 Ανάλυση και συμπεριφορά καταναλωτών.....
10.8 Προετοιμασία σχεδίου μάρκετινγκ (Marketing Plan).....
10.9 Τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση.....
10.10 Το μείγμα προώθησης (Promotional Mix)
10.11 Διαφήμιση
10.12 Δημόσιες σχέσεις
10.13 Προώθηση πωλήσεων
10.14 Προσωπικές πωλήσεις
10.15 Άμεσο (Direct) μάρκετινγκ
10.16 Ψηφιακά μέσα επικοινωνίας.....
10.17 Αξιολόγηση.....
Περίληψη
Ερωτήσεις συζήτησης
Γλωσσάριο βασικών όρων.....
Προτεινόμενη βιβλιογραφία.....
Παραπομπές

11 | Ανθρώπινοι πόροι και διοίκηση εργατικού δυναμικού

11.1 Εισαγωγή
11.2 Στρατηγική διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού
11.3 Τι είναι ο προγραμματισμός του εργατικού δυναμικού;
11.4 Στρατολόγηση.....
11.5 Κατάρτιση (Training) και Ανάπτυξη
11.6 Διαχείριση απόδοσης και μάθησης εργαζομένων.....
11.7 Ανταμοιβή/Οφέλη εργαζομένων (Reward/Benefits).....
11.8 Ευκαιρίες καριέρας
Περίληψη
Ερωτήσεις συζήτησης
Γλωσσάριο βασικών όρων.....
Προτεινόμενη βιβλιογραφία.....
Παραπομπές

12 | Διαχείριση κρίσεων

12.1 Εισαγωγή
12.2 Ορισμοί.....

12.3	Εσωτερική κρίση.....
12.4	Εξωτερική κρίση
12.5	Εύρος κρίσεων
12.6	Αξιολόγηση/εκτίμηση κινδύνου (Risk Assessment).....
12.7	Σχέδιο διαχείρισης κρίσεων.....
12.8	Η πραγματικότητα ενός περιστατικού
	Περίληψη
	Ερωτήσεις συζήτησης
	Γλωσσάριο βασικών όρων.....
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία
	Παραπομπές
13	 Προκλήσεις και άλλα ζητήματα: Μια ματιά στο μέλλον.....
13.1	Πού βρισκόμαστε τώρα;
13.2	Ανταγωνισμός.....
13.3	Ταραγμένοι καιροί.....
13.4	Μεταφορές.....
13.5	ΤΠΕ (ICT).....
13.6	Προβληματισμοί και προστασία των καταναλωτών.....
13.7	Νέα Ζητήματα
	Παραπομπές
	Ευρετήριο