



ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ*	27 ^η
ΤΜΗΜΑ*	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΚΥΚΛΟΣ*	Α' ΕΙΔΙΚΗ ΦΑΣΗ ΣΠΟΥΔΩΝ
Τίτλος Μαθήματος / Εργαστηρίου*	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ, ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ
Κωδικός Μαθήματος / Εργαστηρίου*	27-ΠΔ-06
Σύντομη Περιγραφή Μαθήματος	
Συνολικές Ώρες	24
Στόχος Μαθήματος	Ο σκοπός του μαθήματος εστιάζει στην παρουσίαση, ανάλυση και αξιολόγηση των στρατηγικών παραγωγής και διανομής στο περιβάλλον των πολιτιστικών οργανισμών, των τουριστικών και αθλητικών μονάδων. Ο στόχος του μαθήματος προσανατολίζεται στις αρχές και παραμέτρους που διέπουν την αποτελεσματική οργάνωση και διαχείριση των πόρων ώστε οι στρατηγικές παραγωγής και διανομής να καθίστανται καινοτόμες και αποτελεσματικές στους φορείς του πολιτισμού, του αθλητισμού και του τουρισμού.
Ειδικοί στόχοι:	
1. Γνώσεις	Να ενημερωθούν για τα βασικά δεδομένα σχετικά με τον πολιτιστικό, αθλητικό και τουριστικό τομέα και τις βασικές αρχές παραγωγής και διανομής των προϊόντων και υπηρεσιών αυτών των τομέων, τόσο σε θεωρητικό επίπεδο, όσο και σε επίπεδο διεθνούς και ελληνικής πρακτικής
2. Δεξιότητες	Να αποκτήσουν εμπειρία στη διαχείριση θεμάτων πολιτιστικής, αθλητικής και τουριστικής πολιτικής
3. Στάσεις/Συμπεριφορές	Να αποκτήσουν κριτική αντίληψη και ικανότητα ανάλυσης και αξιολόγησης
Μέθοδοι Διδασκαλίας / Εκπαιδευτικές Τεχνικές	Το μάθημα θα γίνει με παρουσίαση των ενοτήτων, αναλυτική παρουσίαση των ειδικών θεμάτων, παράθεση παραδειγμάτων

* Τα πεδία συμπληρώνονται από την ΕΣΔΔΑ

	και συνεχείς ερωτήσεις κατανόησης	
Αξιολόγηση Μαθήματος / Εργαστηρίου (Σημειώστε με X)	X	Γραπτή Εξέταση με ερωτήσεις για ανάπτυξη ή/και πρακτικά
	X	Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής
		Εκπόνηση ατομικής εργασίας και παρουσίασης
		Εκπόνηση ομαδικής εργασίας και παρουσίασης
		Συνδυασμός των παραπάνω (προσδιορισμός βαθμολόγησης)
		Άλλη, προσδιορίστε:
Προϋποθέσεις Υποδομών	Αίθουσα Διδασκαλίας - Προβολέας για παρουσίαση PPT, Η/Υ - Διαφορετικά (λόγω πανδημίας) με τηλεδιάσκεψη	
Απαραίτητα Εκπαιδευτικά Μέσα		
Απαραίτητο Λογισμικό		
Εκπαιδευτικό – Υποστηρικτικό Υλικό (Σημειώστε με X)		
	X	Παρουσιάσεις
	X	Μελέτες Περίπτωσης
	X	Άρθρα – Μελέτες – Αποσπάσματα
	X	Θεσμικό Πλαίσιο – Νόμοι
	X	Πρακτικά θέματα
	X	Εγχειρίδια Χρήσης
		Ψηφιακό Υλικό – Λογισμικό
	X	Διαδικτυακοί Τόποι
	X	Σχετική Βιβλιογραφία

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ / ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ
ΚΑΤΑ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ**

a/a	Τίτλος Διδακτικής Ενότητας	Αναλυτική Περιγραφή Διδακτικής Ενότητας	Διάρκεια (ώρες)
1.	Βασικές αρχές των στρατηγικών παραγωγής και διανομής αγαθών - Καινοτόμες προσεγγίσεις	Στην πρώτη θεματική ενότητα γίνεται ανάλυση των βασικών αρχών αποτελεσματικής διαχείρισης και οργάνωσης. Οι θεματικές που θα παρουσιαστούν έχουν στόχο να παρουσιάσουν τα κοινά σημεία που συνδέουν και τους τρεις τομείς (πολιτισμό, αθλητισμό, τουρισμό) καθώς και τα κοινά σημεία στη διαχείρισή τους. Βασικές θεματικές ενότητες: Αρχές Αποτελεσματικής Διαχείρισης και Οργάνωσης - Ο Ρόλος της Καινοτομίας-Γενικά/ Οργάνωση - Διοίκηση-Καινοτόμες Μορφές Σχεδιασμού Design Thinking - Η Οικονομία της	4

		Εμπειρίας (Experience Economy) Βασικές Αρχές του Marketing	
2	Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας-Μέρος Α	Στη θεματική αυτή θα παρουσιαστούν τα θεωρητικά ζητήματα που προσδιορίζουν τον Πολιτιστικό και Δημιουργικό τομέα και γενικότερα τη Δημιουργική Οικονομία, τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς. Ποιοι ορισμοί δίνονται ποιο είναι το θεωρητικό υπόβαθρο. Παρουσιάζεται η εικόνα του Τομέα στην Ελλάδα, όπως διαφαίνεται σε επίπεδο στατιστικών σε διάφορα επιμέρους χαρακτηριστικά (εργαζόμενοι, επιχειρήσεις-περιφερειακές ανισότητες- διεθνές εμπόριο πολιτιστικών αγαθών- πολιτιστική κατανάλωση), οι ελληνικές ιδιαιτερότητες, οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τομέα, και ο τρόπος που μπορεί να γίνει καλύτερη αξιοποίηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων του. Στο δεύτερο σκέλος αυτής της ενότητας θα εξεταστούν τα νέα επιχειρηματικά μοντέλα διαχείρισης του πολιτισμού και ειδικότερα το φαινόμενο των συγκεντρώσεων/συνεργασιών συσπειρώσεων που παρατηρείται (χαρακτηριστικά, προϋποθέσεις ανάπτυξης, μεταφορετικές μορφές). Εξετάζονται οι λόγοι που αυτό το μοντέλο τείνει σε μεγάλο βαθμό να κυριαρχήσει στη σύγχρονη εποχή και τα οφέλη που αποκομίζουν τα μέλη τους. Τέλος, εξετάζονται οι συνεργατικοί χώροι που λειτουργούν στην Ελλάδα, ιστορικά, αριθμητικά και κατά είδος καθώς και οι προϋποθέσεις ανάπτυξής τους.	4
3	Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας-Μέρος Β	Στη θεματική αυτή παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες της Περιφερειακής Πολιτιστικής Πολιτικής (“συγκεντρωτική-αποκεντρωτική” πολιτική) και τα μοντέλα περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής. Παρουσιάζονται επίσης οι στόχοι της πολιτιστικής αποκέντρωσης, και ο ρόλος των Οργανισμών Τοπικής αυτοδιοίκησης στη χάραξη και διαχείριση της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής. Αναλύονται οι περιφερειακές ανισότητες στην πολιτιστική και δημιουργική παραγωγή στην Ελλάδα, όπως διαφαίνονται από σχετικές έρευνες καθώς και οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της περιφερειακής πολιτικής. . Στη συνέχεια	4

		αναλύεται ο ρόλος των φεστιβάλ στην αναζωογόνηση της εικόνας των πόλεων, το φαινόμενο του φεστιβαλικού τουρισμού και παρουσιάζονται στοιχεία και πίνακες για τα φεστιβάλ στην Ελλάδα. την ενότητα για τις πολιτικές ενίσχυσης των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών, το μάθημα επικεντρώνεται στη χρηματοδότηση από τον δημόσιο τομέα αναλύοντας τις βασικές πηγές κρατικής χρηματοδότησης. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στο Μητρώο Πολιτιστικών Φορέων του Υπουργείου Πολιτισμού, που αποτελεί ουσιαστικά τον σημαντικότερο μηχανισμό ενίσχυσης της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας. Μεσα από τη μελέτη των διαθέσιμων αριθμητικών στοιχείων και στατιστικών, εξετάζεται η ελληνική πραγματικότητα και παρουσιάζονται σημαντικά συμπεράσματα. Επίσης, αναφέρονται οι διάφοροι άξονες πάνω στους οποίους έχουν σχεδιαστεί οι πολιτικές ενισχύσεων του Υπουργείου Πολιτισμού τα τελευταία χρόνια και δίνονται οι στόχοι της πολιτικής ανάπτυξης του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα (καθώς και οι προϋποθέσεις που συνεπάγονται), όπως και οι διεθνείς τάσεις. Τέλος, παρουσιάζονται οι δυνατότητες αξιοποίησης του πολιτιστικού προϊόντος στην ψηφιακή εποχή.	
4	Ο Αθλητικός Τομέας	Καταρχάς δίνεται η ευρωπαϊκή διάσταση της σημασίας του Αθλητισμού (κυρίως από τη Λευκή Βίβλο και τη Συνθήκη της Λισαβόνας). Στη συνέχεια εξετάζονται οι διάφορες μορφές του αθλητισμού, με ιδιαίτερη έμφαση στη σημασία της “Αθλησης για Όλους – Δια βίου Άθληση”. Κατόπιν το μάθημα επικεντρώνεται στις ιδιαιτερότητες της οργάνωσης και Διοίκησης του Αθλητισμού, αναλύονται οι οργανισμοί Άθλησης Δημόσιου και μη Κερδοσκοπικού Χαρακτήρα (ΓΓΑ-αθλητικές ενώσεις στην Ελλάδα αθλητικοί οργανισμοί Δήμων και Κοινοτήτων) παρουσιάζεται η κατάσταση των αθλητικών εγκαταστάσεων και υποδομών στην Ελλάδα), αναλύονται οι οργανισμοί και φορείς αθλητισμού (προϊόντων και υπηρεσιών) κερδοσκοπικού χαρακτήρα (Αθλητικές Ανώνυμες Εταιρείες- Εταιρείες	4

		παραγωγής αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών-Αθλητικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης-Εταιρίες Αθλητικών Συμβούλων). Παρουσιάζεται επίσης η έννοια και η σημασία της αθλητικής οικονομίας και οι βασικές αρχές του αθλητικού marketing (με ειδική αναφορά στη διαδικασία κατάρτισης ενός Πλάνου μάρκετινγκ/Επιχειρησιακού Σχεδίου και τις χορηγίες). Τέλος, γίνεται αναφορά στον αθλητικό τουρισμό, στη σημασία του αθλητισμού γενικότερα στην τοπική κοινωνία και δίνονται στοιχεία για τη συμμετοχή των Ελλήνων και των Ευρωπαίων στον Αθλητισμό)	
5	Ο Τουριστικός Τομέας	Αναπτύσσονται τα γενικά χαρακτηριστικά του τουρισμού, καθορίζονται τα τουριστικά προϊόντα και ακολουθεί μια εκτενής αναφορά στα βασικότερα από αυτά (Ήλιος και Θάλασσα”, Ναυτικός Τουρισμός, Πολιτιστικός και ο Θρησκευτικός τουρισμός, City Break, Συνεδριακός Τουρισμός- MICE, Οδικός Τουρισμός και Γαστρονομικός Τουρισμός) με ειδικές αναφορές στην ελληνική πραγματικότητα. Επίσης αναλύεται η οργάνωση του Τουρισμού στην Ελλάδα με ειδική επισήμανση στο θεσμό των Φορέων Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού (DMMO). Παρουσιάζονται οι αρχές κατάρτισης ενός Σχεδίου Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης, οι ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Marketing και η σημασία των Events στον τουρισμό. Τέλος, παρουσιάζεται η θέση του Ελληνικού Τουρισμού στο παγκόσμιο τοπίο καθώς και τα χαρακτηριστικά και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Ελληνικού Τουρισμού ως μεσογειακού προορισμού	4
6	Παραδείγματα στρατηγικής διαχείρισης και διανομής από τον πολιτιστικό, αθλητικό και τουριστικό τομέα	Η τελευταία ενότητα του μαθήματος συνδυάζει πρακτική και θεωρία καθώς παρουσιάζονται παραδείγματα που σχετίζονται με στρατηγικές παραγωγής και διανομής αθλητικών πολιτιστικών και τουριστικών προϊόντων.	4
Βιβλιογραφία		Αυδίκος, Β. (2014), Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα, Εκδόσεις Επίκεντρο Αυδίκος, Β., Φάλλας, Ι. και Χάρδας, Α. (2015) Συνεργατικοί σχηματισμοί και αστική ανάπτυξη. Η περίπτωση της Αθήνας. Αθήνα: ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ	

Ακριβός, Χ., Σαλεσιώτης, Μ., (2007), Τουρισμός, Εισαγωγικές Έννοιες, Τουριστική Συνείδηση, Τουριστική Συμπεριφορά, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks,

Αλεξανδρή, Κ. (2007), Αρχές Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ, Εκδ. Χριστοδουλίδη

Αλεξανδρή Κ., (2011) Αρχές Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού και αναψυχής, εκδόσεις Χριστοδουλίδη

Αυθίνος, Ι., (2013), Διάρθρωση και Λειτουργία Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών, Αθήνα : Εκδόσεις SportOption

Bull, C., Hoose, J. and M. Weed (2003) An Introduction to Leisure Studies, Essex: Pearson Education.

Γιαννόπουλος Κ. (1996)., «Αθλητισμός & Μάνατζμεντ: Σε αναζήτηση κοινής γλώσσας».Μέδουσα/ Σέλας Εκδοτική.

Δέφνερ, Α. (1999) ‘Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: Η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων’ στο Οικονόμου και Πετράκος (επ.), 117-155.

ΕΕΤΑΑ, 2020, “Τουριστικός Σχεδιασμός και Προβολή”

Florida (2003), Cities and the Creative Class, Article first published online: 22 JAN 2003, City & Community, Volume 2, Issue 1, pages 3–19, March 2003

Gilmore, JH, (1998), Welcome to the experience economy, Harvard Business Review (σελ.97-105)

Ιωαννίδης, Γ. (1998). Μεταξύ «Πολιτικής Σκύλας» και «Αυτοδιοικητικής Χάρυβδης». Ο πολιτισμός στα μετόπισθεν ή στο πουθενά, Τοπική Αυτοδιοίκηση, Κόνσολα, Ντ. 1982. Οργάνωση της πολιτικής διοίκησης. Αθήνα

Johnson G., Scholes K., Whittington R., (2008), Βασικές Αρχές Στρατηγικής των Επιχειρήσεων

Κόνσολα Ντ. (2011) «Δίκτυα Μουσείων στην σύγχρονη πόλη», ανακοίνωση στο 10ο Επιστημονικό Συνέδριο της Ελληνικής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης, Αθήνα.

Λαγός, Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική,

Λαγός, Δ. και Σταματίου, Ε. (2005), Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη : Κριτική αποτίμηση των επιπτώσεων στην Ελληνική οικονομία. Εισήγηση στο Διεθνές Συνέδριο του TEE-Heleco '05.

Λαζαρέτου, Σ. (2014), «Η έξυπνη οικονομία: «πολιτιστικές» και «δημιουργικές» βιομηχανίες στην Ελλάδα: μπορούν να αποτελέσουν προοπτική εξόδου από την κρίση;» Τράπεζα της Ελλάδος

Landry C., (2006) Culture and urban regeneration: Cultural activities and creative industries: a driving force for urban regeneration. - Integrated approach, Urbact Network

Μαλάτος Α. (2000), Η επιστημονολογική προσέγγιση του αθλητικού δικαίου. Εκδόσεις Αντ.Ν.Σάκουλα

Paolucci, G. (2001), Ο συνεχής κύκλος της κατανάλωσης στην πόλη: Προς ένα νέο ορισμό της εξουσίας πάνω στο

	χρόνο;’, Γεωγραφίες, 1, 43-55. Παπαδάκης Β., (2016), Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Θεωρία Εκδόσεις ΜΠΕΝΟΥ Παπαθανασόπουλος, Σ. (2003) Αθλητισμός και μέσα μαζικής επικοινωνίας. ΕκδόσειςΚαστανιώτη Πασχαλούδης Δ., (2009).λ, «Μάρκετινγκ: Όσα πρέπει να γνωρίζεται και δεν έχετε ρωτήσει» 1η έκδοση. Εκδόσεις Κριτική. Throsby, D. (2001) Economics and Culture, Cambridge: Cambridge University Press Τσέκος Θ., (1999), Δείκτες Παραγωγικότητας και Ποιότητας στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, στο «Τοπική Αυτοδιοίκηση και Δημοκρατία: Προβλήματα και Προοπτικές», Κείμενα Συνεδρίου στο Βόλο, Ε.Κ.Δ.Δ.
Διαδικτυακοί Τόποι	Ευρωπαϊκή Ένωση: www.europa.eu.int Πρόγραμμα Compendium του Συμβουλίου της Ευρώπης: www.culturalpolicies.net www.gge.org.gr www.mintour.gov.gr www.culture.gr -Σύνδεσμος Συμβούλων Επιχειρήσεων, Βασικές Αρχές Διοίκησης, https://www.sysep.org/images/pdfs/2020/meletes/Vasikes_Arxes_dioikisis.pdf , όπως ανακτήθηκε στις 3 Μαΐου 2021 από την ιστοσελίδα του Συνδέσμου Συμβούλων Επιχειρήσεων https://www.consilium.europa.eu/media/45594/design-thinking-sdu .pdf του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2021) Μελέτη Χαρτογράφησης της Πολιτιστικής και Δημιουργικής Βιομηχανίας στην Ελλάδα (2017) http://ep.culture.gr/el/Pages/NewsFS.aspx?item=198 -EOMMEX (2014), Εγχειρίδιο Δικτύων Επιχειρηματικότητας και Συστημάτων- Συστάδων Επιχειρήσεων). Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο http://www.Stepc.gr/docs/library_docs/NETWORKS_CLUSTER_Eommex.pdf -Μελέτη αποτίμησης των κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων των έργων πολιτισμού (2014) Έρευνα Deloitte. [Διαδικτυακά Διαθέσιμο] http://ep.culture.gr/el/pages/NewsFS.aspx?item=175 . (Πρόσβαση στις 3 Νοεμβρίου 2018) -ΥΠΠΟΑ (2018), Στρατηγικοί Στόχοι για τον Σύγχρονο Πολιτισμό. [Διαδικτυακά Διαθέσιμο] https://www.culture.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=2412 . (Πρόσβαση στις 25 Νοεμβρίου 2018) -Ψαρrou, M, (2012) “Τα φολκλορικά φεστιβάλ στην εποχή του διαπολιτισμικού διαλόγου και της οικονομικής κρίσης” https://www.citybranding.gr/2012/08/blog-post_20.html -INSETE 2015 “Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του

	Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα” https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/6.1-%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%BF-6_%CE%A03_final_compressed .pdf [όπως ανακτηθηκε στις 29 -4-2021]. -INSETE 2019, “Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη” https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019_TRAVELSAT_Greece_2018 .pdf [όπως ανακτηθηκε στις 29 -4-2021] -UNWTO, 2015, Tourism Highlights. Διαθέσιμο από: http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899 [Πρόσβαση στις 2/5/2021] www.marketinggreece.com
--	---

3.	ΕΞΕΤΑΣΗ	2
----	---------	---

Οι Εισηγητές της ΚΖ Σειράς

