



ΕΚεΠις

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ
ΣΥΝΕΧΙΖΟΜΕΝΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Κωνσταντινουπόλεως 49, 118 55 Αθήνα
Τηλ.: 210 3403200, Fax: 210 3403270
email: info@ekepis.gr, www.ekepis.gr

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ

ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ
ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ



Ε.Π. «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ»

Συγχρηματοδότηση κατά 75% από το ΕΚΤ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΟΨΗ - ABSTRACT	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΕΝΟΤΗΤΑ Α: «ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ»	13
A.1 Προτεινόμενος Γενικός Τίτλος του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας/των	13
A.2 Ορισμός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας	13
A.2.1. Γενική Περιγραφή του περιεχομένου και σκοπός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας.....	13
A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελμάτων, σε τετραψήφια ανάλυση και με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Κλάδων Οικονομίας, σε τουλάχιστον διψήφια ανάλυση.....	13
A.3.1 Αντιστοίχιση με ΣΤΕΠ 92	13
ΣΤΕΠ: 3414 – Σύμβουλοι και διοργανωτές ταξιδιωτικών και τουριστικών πακέτων	13
A.3.2 Αντιστοίχιση με ΣΤΑΚΟΔ	13
A.4 Ιστορική εξέλιξη του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας.....	14
A.4.1 Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας	14
A.4.2 Ισχύον νομοθετικό πλαίσιο	15
A.5 Αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας /δυναμική του επαγγέλματος ή/ και ειδικότητας	15
A.5.1 Γενική περιγραφή των τάσεων μεγέθυνσης που διαγράφουν στην ελληνική αγορά οι κλάδοι στους οποίους εντάσσονται οι απασχολούμενοι στο συγκεκριμένο επάγγελμα ή/ και ειδικότητα	15
A.5.2 Είδος επιχειρήσεων όπου εμφανίζεται κατά κύριο το επάγγελμα και αναπτυξιακή δυναμική του επαγγέλματος/ή και της ειδικότητας.....	17
A.6 Απασχόληση, τάσεις-προοπτικές.....	21
A.6.1 Περιγραφή υπάρχουσας κατάστασης της απασχόλησης.....	21
A.6.2 Τάσεις και A.6.3 Προοπτικές	22
A.7 Υφιστάμενες μορφές άσκησης του επαγγέλματος ή /και της ειδικότητας, τάσεις εξέλιξης	23
A.7.1 Υφιστάμενες ειδικεύσεις/κατευθύνσεις του επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας	23
A.7.2 Τάσεις εξέλιξης των πιο δυναμικών και πολυπληθών ειδικεύσεων	23
A.8 Ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στο επάγγελμα/ειδικότητα	23
A.9 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα, έντυπα ή άλλα μέσα πληροφόρησης ή άλλες πηγές.....	24
A.9.1 Συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα	24
Οι συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα είναι οι εξής:.....	24
A.9.2 Έντυπα και άλλα μέσα πληροφόρησης	24
A.9.3 Άλλες πηγές πληροφόρησης.....	24
A.10 Τυπικές ή θεσμικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος/ειδικότητας.....	25
A.10.1 Άδειες λειτουργίας	25
A.10.2 Άδειες εργασίας.....	25
Δεν απαιτούνται.....	25
A.10.3 Άλλες προϋποθέσεις άσκησης επαγγέλματος ή/και ειδικότητας.....	25
A.11 Τίτλοι και θέσεις-διαβαθμίσεις στην επαγγελματική ιεραρχία	25
A.11.1 Τίτλοι και θέσεις- διαβαθμίσεις επαγγελματικής ιεραρχίας	25
A.12 Συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένων υγιεινής και ασφάλειας).....	26
A.13 Δυνατότητες απασχόλησης για άτομα με αναπηρίες	26
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ»	27
B.1 ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ, ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	27
B.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ, ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	32

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ»	40
Γ.1 ΓΝΩΣΕΙΣ	40
Γ.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	51
Επεξήγηση Δεξιοτήτων	58
Επεξήγηση Ικανοτήτων	59
ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΝΤΩΝ»	60
ΕΝΟΤΗΤΑ Ε: «ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ»	61
Ε.1 ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	61
Ε.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	65
Ε.3 ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	67

ΣΥΝΟΨΗ

Η παρούσα μελέτη αφορά στην ανάπτυξη του επαγγελματικού περιγράμματος του «Διοργανωτή Τουριστικών Πακέτων». Ως Διοργανωτής Τουριστικών Πακέτων ορίζεται ο επαγγελματίας που υποστηρίζει το σχεδιασμό, την οργάνωση, την προώθηση και την - μετά την πώληση - αξιολόγηση τουριστικών πακέτων περιλαμβανομένων των επαγγελματικών ταξιδιών (incentives κτλ).

Επειδή οι διαβαθμίσεις που υπάρχουν στο συγκεκριμένο επάγγελμα δεν αποτελούν και ξεχωριστούς τίτλους εργασίας (π.χ. Διοργανωτής, Βοηθός Διοργανωτή κτλ), σημειώνεται ότι το περίγραμμα που αναπτύσσεται στην παρούσα αφορά μόνο στα μεσαία στελέχη (επιπέδου ιεραρχίας Β') – Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων, τα οποία υποστηρίζουν το σχεδιασμό, την οργάνωση, την προώθηση και την - μετά την πώληση - αξιολόγηση τουριστικών πακέτων και σε καμία περίπτωση δεν είναι τα αρμόδια ή υπεύθυνα για τις παραπάνω επαγγελματικές δραστηριότητες από μόνα τους.

Την ανάπτυξη του επαγγελματικού περιγράμματος του «Διοργανωτή Τουριστικών Πακέτων» ανέλαβε ο ΣΕΒ μέσω του IOBE. Για το σκοπό αυτό συστάθηκε ομάδα εργασίας στην οποία συμμετείχαν εκπρόσωποι των εργαζομένων και εργοδοτών στο συγκεκριμένο επάγγελμα αναλαμβάνοντας το ρόλο των εμπειρογνομόνων, και επιστημονικά στελέχη του φορέα. Συγκεκριμένα στην ομάδα ανάπτυξης του επαγγελματικού περιγράμματος συμμετείχαν οι κ.κ.: Καραγιάννης Κων/νος, Ανυφαντή Άννα και Καζαντζής Χρήστος.

ABSTRACT

The present study concerns the development of the occupational profile of the "Tour Operator". As "Tour Operator" is defined the person who designs, organises, promotes, implements and evaluates package tour programmes.

The occupational profile which is developed in the present study concerns only the middle level tour operators who support the design, organization, promotion, implementation and evaluation of the package tour and, by no means, are responsible for the above activities by themselves.

The specific occupational profile development was undertaken by the FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH (IOBE). In this framework, a group of experts was formed where representatives from the employees' and employers' organisations participated as experts, together with the scientific staff of the organization. In particular, Anyfanti Anna and Kazantis Christos, participated as experts and completed the occupational description questionnaire which was developed by the scientific experts. The final synthesis of the occupational profile was conducted by Costas Karayiannis and the result is this final output. It is important to point out that in the final phase, the representatives of employers and employees gave feedback regarding the developed occupational profile.

ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Διοργανωτής Τουριστικών πακέτων

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ/ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

Συγκεντρωτική Παρουσίαση Κύριων και Επιμέρους Επαγγελματικών Λειτουργιών και Εργασιών του Περιγράμματος

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου

ΕΕΛ 1.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου

ΕΕ1.1.1: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια έρευνας αγοράς σχετικά με την παραγωγή νέου προϊόντος

ΕΕ1.1.2: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τον προσδιορισμό της βασικής ιδέας

ΕΕ1.1.3: Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή

ΕΕΛ 1.2: Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου

ΕΕ1.2.1: Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές

ΕΕ1.2.2: Συμμετέχει στην κοστολόγηση και τιμολόγηση του προϊόντος

ΕΕ1.2.3: Επιλέγει, συνθέτει και οριστικοποιεί το πακέτο

ΕΕΛ 1.3: Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου

ΕΕ1.3.1: Επικοινωνεί με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας

ΕΕ1.3.2: Συντάσσει συμβάσεις (χρησιμοποιώντας τυποποιημένα πλαίσια) και επιμελείται για την υπογραφή τους

ΕΕ1.3.3: Φροντίζει για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών με τους προμηθευτές

ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά

ΕΕΛ 2.1: Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο

ΕΕ2.1.1: Συμμετέχει στην ομάδα λήψης αποφάσεων για το σχεδιασμό του διαφημιστικού φυλλαδίου

ΕΕ2.1.2: Συντονίζει τις ενέργειες έκδοσης/εκτύπωσης της μπροσούρας

ΕΕ2.1.3: Φροντίζει για τη διανομή της μπροσούρας στις αγορές στόχους του πακέτου

ΕΕΛ 2.2: Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών

ΕΕ2.2.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του μίγματος προώθησης του πακέτου

ΕΕ2.2.2: Συμμετέχει στην επιλογή των ΜΜΕ στα οποία θα προβάλλει το πακέτο

ΕΕ2.2.3: Συμμετέχει στο συντονισμό και στην παρακολούθηση των ενεργειών προώθησης του πακέτου

ΕΕΛ 2.3: Υποστηρίζει τις πωλήσεις

ΕΕ2.3.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων

ΕΕ2.3.2 Ενημερώνει τους πωλητές της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου

ΕΕ2.3.3: Ενημερώνει τους μεταπωλητές (συνεργάτες) της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου

ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου

ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών

ΕΕ3.1.1: Συμμετέχει στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών

ΕΕ3.1.2: Διανέμει και συγκεντρώνει τα ερωτηματολόγια

ΕΕ3.1.3: Επεξεργάζεται τα αποτελέσματα (ποσοτική έρευνα)

ΕΕ3.1.4: Επικοινωνεί με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και ζητά πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)

ΕΕΛ 3.2 Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών

ΕΕ3.2.1: Συμβάλλει στην αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την υλοποίηση του πακέτου

ΕΕ3.2.2: Λαμβάνει τα παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου

ΕΕ3.2.3 Καταγράφει τα προβλήματα και παράπονα και τα διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος

ΕΕΛ 3.3 Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου

ΕΕ3.3.1: Συμμετέχει στη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους

ΕΕ3.3.2: Συμμετέχει στη διαδικασία εξαγωγής συμπερασμάτων για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου

ΕΕ3.3.3: Διατυπώνει προτάσεις σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του πακέτου

ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

Συγκεντρωτική Παρουσίαση των Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων του Περιγράμματος

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

- ☐ Ελληνική Γλώσσα
- ☐ Ξένη Γλώσσα
- ☐ Η/Υ
- ☐ Βασικά Μαθηματικά
- ☐ Ιστορία
- ☐ Γεωγραφία

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

- ☐ Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές
- ☐ Βασικές αρχές έρευνας αγοράς
- ☐ Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας
- ☐ Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ
- ☐ Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων
- ☐ Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας
- ☐ Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων
- ☐ Βασικές αρχές λογιστικής
- ☐ Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

- ☐ Τουριστική Γεωγραφία
- ☐ Τουριστική Ψυχολογία
- ☐ Τουριστική Κοινωνιολογία
- ☐ Έρευνα Τουριστικής Αγοράς
- ☐ Χρήση Διαδικτύου
- ☐ Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου
- ☐ Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού
- ☐ Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού
- ☐ Τουριστική Νομοθεσία
- ☐ Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών
- ☐ Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού
- ☐ Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων
- ☐ Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών – πελατών
- ☐ Τουριστική διαφήμιση
- ☐ Τουριστικό μάρκετινγκ
- ☐ Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών
- ☐ Χρήση λογισμικού
- ☐ Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων
- ☐ Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών
- ☐ Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους
- ☐ Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης
- ☐ Τεχνικές λήψης αποφάσεων

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ¹

- ❑ **Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών** – ενεργητική διερεύνηση τρόπων εξυπηρέτησης των καταναλωτών.
- ❑ **Δεξιότητες Επικοινωνίας** - να μιλά σε άλλους για να μεταβιβάσει τις πληροφορίες αποτελεσματικά.
- ❑ **Δεξιότητες Διαπραγματεύσεως** – να διαπραγματεύεται αποτελεσματικά
- ❑ **Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα** – να γνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και να κατανοεί γιατί αντιδρούν έτσι.
- ❑ **Συντονισμός** – ενέργειες ρύθμισης σε σχέση με άλλες τις ενέργειες.
- ❑ **Μαθηματική δεξιότητα** – να χρησιμοποιεί τα μαθηματικά για να λύνει προβλήματα.
- ❑ **Αποτελεσματική Γραφή** - να επικοινωνεί αποτελεσματικά εγγράφως ανάλογα με την περίπτωση και για τις ανάγκες του κοινού στόχου.
- ❑ **Κριτική σκέψη** – να χρησιμοποιεί τη λογική για να προσδιορίσει τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες των εναλλακτικών λύσεων, των συμπερασμάτων ή των προσεγγίσεων στα προβλήματα.
- ❑ **Κρίση και λήψη απόφασης** – να εξετάζει τα σχετικά κόστη και οφέλη των πιθανών ενεργειών και να επιλέγει τις καταλληλότερες.
- ❑ **Καθοδήγηση** – να διδάσκει άλλους πώς να κάνουν κάτι
- ❑ **Ανάλυση διαδικασιών** - να αναλύει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις προϊόντων έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα σχέδιο.
- ❑ **Διαχείριση οικονομικών πόρων** - να καθορίζει τον τρόπο που θα γίνονται οι δαπάνες για να γίνει μία εργασία και τη λογιστική διαδικασία για αυτές τις δαπάνες.
- ❑ **Ευελιξία** – να σκέφτεται και να ενεργεί χρησιμοποιώντας κάθε εναλλακτική λύση

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ²

- ❑ **Προφορική κατανόηση** - η δυνατότητα να ακούει και να γίνουν κατανοητές οι πληροφορίες και οι ιδέες που παρουσιάζονται μέσω των προφορικών λέξεων και των προτάσεων.
- ❑ **Ικανότητες Επικοινωνίας** - η δυνατότητα να μεταβιβάζει πληροφορίες και ιδέες στην ομιλία με τρόπο ώστε οι άλλοι να καταλαβαίνουν.
- ❑ **Γραπτή κατανόηση** - η δυνατότητα να διαβαστούν και να γίνουν κατανοητές οι πληροφορίες και οι ιδέες που παρουσιάζονται εγγράφως.
- ❑ **Ευαισθησία προβλήματος** - η δυνατότητα να αναγνωρίζει πότε κάτι είναι λάθος ή είναι πιθανό να πάει στραβά. Δεν περιλαμβάνει την επίλυση του προβλήματος, αλλά μόνο την αναγνώρισή του.
- ❑ **Ταξινόμηση πληροφοριών** - η δυνατότητα να τακτοποιηθούν τα πράγματα ή οι ενέργειες σε μια ορισμένη διάταξη ή ένα σχέδιο σύμφωνα με έναν συγκεκριμένο κανόνα ή το σύνολο κανόνων.
- ❑ **Επιλεκτική προσοχή** - η δυνατότητα να επικεντρωθεί σε έναν στόχο για μια χρονική περίοδο χωρίς να αποσπαστεί.
- ❑ **Παραγωγικός συλλογισμός** - η δυνατότητα να εφαρμοστούν οι γενικοί κανόνες στα συγκεκριμένα προβλήματα για να παραχθούν οι απαντήσεις που έχουν νόημα.
- ❑ **Αριθμητική ικανότητα** - η δυνατότητα να προσθέσει, να αφαιρέσει, να πολλαπλασιάσει, ή να διαιρέσει γρήγορα και σωστά.
- ❑ **Πρωτοτυπία** - η δυνατότητα να βρίσκει ασυνήθιστες ή έξυπνες ιδέες για ένα δεδομένο θέμα ή μια κατάσταση, ή να αναπτύσσει δημιουργικούς τρόπους για να λύσει ένα πρόβλημα.

¹ Τα στοιχεία που παρατίθενται σε αυτό το μέρος και ειδικότερα οι ορισμοί των εννοιών έχουν αναφορά το Occupational Information Network. Συγκριμένα και για περισσότερες πληροφορίες: <http://online.onetcenter.org> και <http://online.onetcenter.org/link/summary/39-5012.00>.

² Τα στοιχεία που παρατίθενται σε αυτό το μέρος και ειδικότερα οι ορισμοί των εννοιών έχουν αναφορά το Occupational Information Network. Συγκριμένα και για περισσότερες πληροφορίες: <http://online.onetcenter.org> και <http://online.onetcenter.org/link/summary/39-5012.00>.

- ❑ **Κατανομή χρόνου** - η δυνατότητα να μετατοπίζεται πέρα δώθε μεταξύ δύο ή περισσότερων δραστηριοτήτων ή πηγών πληροφορίας (όπως η ομιλία, οι ήχοι, η αφή, ή άλλες πηγές).
- ❑ **Γραπτή έκφραση** - η δυνατότητα να μεταβιβάζει πληροφορίες και ιδέες γραπτώς έτσι ώστε οι άλλοι να καταλαβαίνουν.
- ❑ **Μαθηματικός συλλογισμός** - η δυνατότητα να επιλέγει τις σωστές μαθηματικές μεθόδους ή οι τύπους για να λύσει ένα πρόβλημα.
- ❑ **Ακουστική προσοχή** - η δυνατότητα να εστιάσει σε μια ενιαία πηγή ήχου παρουσία άλλων αποσπώντων ήχων.
- ❑ **Απεικόνιση** - η δυνατότητα να φαντάζεται πως θα δείχνει κάτι εάν αλλάξει ή εάν αλλάξουν κάποια μέρη του μόνο.
- ❑ **Ταχύτητα της περάτωσης** - η δυνατότητα να βγάζει γρήγορα νόημα συνδυάζοντας και οργανώνοντας τις πληροφορίες σε σημαντικά σχέδια.
- ❑ **Συμπερασματική σκέψη** – η ικανότητα να εφαρμόζει γενικούς κανόνες σε συγκεκριμένα προβλήματα για να δώσει απαντήσεις που έχουν νόημα
- ❑ **Συνθετική σκέψη** - η ικανότητα να συνθέτει διαφορετικά στοιχεία και να καταλήγει σε ένα αποτέλεσμα

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ

Οι προτεινόμενες διαδρομές που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος/α για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα είναι οι παρακάτω³:

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΙΕΡΑΡΧΙΑΣ Β':

1^η Διαδρομή__Υποχρεωτική εκπαίδευση → ΤΕΕ Β' Κύκλου ή ΕΠΑΛ (συναφούς ειδικότητας) ή ισότιμοι τίτλοι → Προϋπηρεσία 2 ετών

2^η Διαδρομή__Υποχρεωτική εκπαίδευση → Λύκειο → ΙΕΚ (Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου & Ειδικός Τουριστικού Πρακτορείου) → Προϋπηρεσία 6 μηνών (συμπεριλαμβανομένης της πρακτικής άσκησης του ΙΕΚ)

3^η Διαδρομή Υποχρεωτική εκπαίδευση → Λύκειο → ΣΕΚ 400 ΩΡΩΝ στην αντίστοιχη ειδικότητα (ΚΕΚ) → Προϋπηρεσία 2 ετών

4^η Διαδρομή Υποχρεωτική εκπαίδευση → ΕΠΑΣ (συναφούς ειδικότητας) ή ισότιμοι τίτλοι → Προϋπηρεσία 2 ετών

Επειδή για την άσκηση του επαγγέλματος δεν απαιτούνται άδειες, οι παραπάνω διαδρομές είναι ενδεικτικές και έχουν αντληθεί από τη συνήθη πρακτική που εφαρμόζεται στον συγκεκριμένο επαγγελματικό χώρο.

³ Για το περίγραμμα που αναπτύσσεται στη συγκεκριμένη εργασία, οι διαδρομές που προτείνονται αφορούν το επίπεδο επαγγελματικής ιεραρχίας Β' και μόνο. Οι διαδρομές για το επίπεδο επαγγελματικής ιεραρχίας Α' αναφέρονται με σκοπό τη διαφοροποίηση των δύο επιπέδων ιεραρχίας ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο των επαγγελματιών του χώρου.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ

Οι τρόποι αξιολόγησης των Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων είναι διαφορετικοί και ποικίλοι και μπορεί σε κάθε περίπτωση να υπάρχουν πολλαπλές επιλογές εξέτασης ανάλογα με την κάθε περίπτωση και ανάγκες του κάθε εξεταζόμενου.

Στους τρόπους αξιολόγησης περιλαμβάνονται:

- ❑ ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
- ❑ ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
- ❑ ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ
- ❑ ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
- ❑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
- ❑ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
- ❑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

Αναλυτικότερη παρουσίαση των ενδεικτικών τρόπων αξιολόγησης των Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων παρατίθεται στην ενότητα Ε.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι κοινωνικοί συνομιλητές ΣΕΒ, ΓΣΕΕ, ΕΣΕΕ και ΓΣΕΒΕΕ σε σύμπραξη με τα ερευνητικά ή εκπαιδευτικά τους κέντρα IOBE, ΚΕΚ ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ και ΚΑΕΛΕ ανέλαβαν από το ΕΚΕΠΙΣ να αναπτύξουν 55 επαγγελματικά περιγράμματα μεταξύ των οποίων και το επαγγελματικό περίγραμμα του «**Διοργανωτή Τουριστικών Πακέτων**» στο οποίο αναφέρεται η έκθεση αυτή.

Η συνεργασία των αναδόχων φορέων αποβλέπει στην ανάπτυξη και πιστοποίηση «Επαγγελματικών Περιγραμμάτων», στο πλαίσιο της Δια βίου Εκπαίδευσης και Κατάρτισης και αποτελεί απαραίτητο βήμα για τη λειτουργία του Εθνικού Συστήματος Σύνδεσης της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης με την Απασχόληση (ΕΣΣΕΕΚΑ).

Με αυτή τη συνεργασία των Κοινωνικών Συνομιλητών επιδιώκεται η ουσιαστική σύνδεση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις ανάγκες των εργαζόμενων και των επιχειρήσεων και γενικότερα της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας.

Η ανάπτυξη του επαγγελματικού περιγράμματος του «**Διοργανωτή Τουριστικών Πακέτων**» έγινε υπό το συντονισμό του IOBE. Υπεύθυνος έργου από την πλευρά του IOBE ήταν ο Παναγιώτης Πολίτης, Επιστημονικός Διευθυντής του IOBE.

Συστάθηκε ομάδα εργασίας στη οποία συμμετείχαν εκπρόσωποι των εργαζομένων και εργοδοτών στο συγκεκριμένο επάγγελμα αναλαμβάνοντας το ρόλο των εμπειρογνομόνων. Ως εμπειρογνώμονες στην ομάδα ανάπτυξης του επαγγελματικού περιγράμματος συμμετείχαν οι κ.κ: Ανυφαντή Άννα και Καζαντζής Χρήστος. Συντονιστής της ομάδας ανάπτυξης του επαγγελματικού περιγράμματος ήταν ο κ. Καραγιάννης Κώστας.

Το μεθοδολογικό πλαίσιο στο οποίο βασίστηκε η παρούσα μελέτη προσδιορίζεται από τη ευρωπαϊκή και διεθνή βιβλιογραφία αναφορικά με τη μεθοδολογία ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και τα αντίστοιχα διεθνή επαγγελματικά περιγράμματα και αναπτύχθηκε βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών, όπως αυτές προσδιορίζονται στην ΚΥΑ [110998/ 08.05.06 (ΦΕΚ 566Β')] για την πιστοποίηση των επαγγελματικών περιγραμμάτων και εξειδικεύονται στους παρακάτω άξονες:

Ενότητα Α: Τίτλος και ορισμός του επαγγέλματος / ειδικότητας.

Ενότητα Β: Ανάλυση του επαγγέλματος / ειδικότητας - «προδιαγραφές».

Ενότητα Γ: Απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες, ικανότητες για την άσκηση του επαγγέλματος/ ειδικότητα.

Ενότητα Δ: Προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων.

Ενότητα Ε: Ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων Γνώσεων, Δεξιοτήτων και Ικανοτήτων.

Αξιοποιήθηκαν οι παρακάτω μέθοδοι συλλογής πληροφοριών για το επάγγελμα με βάση τις επιστημονικές προδιαγραφές και τη μέθοδο που διαμόρφωσε ειδική επιστημονική επιτροπή την οποία αποτέλεσαν οι Δημουλάς Κων/νος (Υπεύθυνος), Βαρβιτσιώτη Ρένα, Σπηλιώτη Χριστίνα και Τολίδης Γιάννης:

- **Η βιβλιογραφική έρευνα γραφείου**, για την επισκόπηση της σχετικής με το επάγγελμα βιβλιογραφίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (κλαδικές μελέτες και επαγγελματικές μονογραφίες), τη συγκέντρωση και ανάλυση στατιστικών δεδομένων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας και των στοιχείων που διαθέτουν οι επαγγελματικές και επιστημονικές ενώσεις του επαγγέλματος.
- Μια παραλλαγή της **μεθόδου Delphi** με βάση ερωτηματολόγιο που συνέταξε η επιστημονική επιτροπή της ένωσης των φορέων. Βάσει του ερωτηματολογίου, η ανάλυση του επαγγέλματος έγινε σε 4 επίπεδα:
 - Κύριες Επαγγελματικές Λειτουργίες
 - Επιμέρους Επαγγελματικές Λειτουργίες (Επαγγελματικές Δραστηριότητες)
 - Επαγγελματικές Εργασίες
 - Γνώσεις, Δεξιότητες, Ικανότητες

- **Οι συνεντεύξεις με κατόχους θέσεων εργασίας** βάσει οδηγού συνέντευξης με προεπιλεγμένους άξονες που συνέταξε η επιστημονική επιτροπή της ένωσης των φορέων.
- **Διαδικασίες ανασκόπησης και ανάδρασης** με τις επαγγελματικές οργανώσεις των εργαζομένων και των εργοδοτών κατά τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης.

Η τελική σύνθεση του εν λόγω Επαγγελματικού Περιγράμματος πραγματοποιήθηκε από το συντονιστή της ομάδας ανάπτυξης του επαγγελματικού περιγράμματος κ. Καραγιάννης Κώστας, υπό την εποπτεία των επιστημονικών στελεχών του IOBE σε τρεις φάσεις από τις οποίες και προέκυψε το τελικό παραδοτέο.

Τη συνολική ευθύνη του έργου των 55 επαγγελματικών περιγραμμάτων είχε η Ομάδα Πλοήγησης που συγκροτήθηκε από τους Αναδόχους φορείς και αποτελείται από τους εξής:

<u>Φορέας</u>	<u>Επώνυμο</u>	<u>Όνομα</u>
ΚΕΚ- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ	Βαρβιτσιώτη	Ρένα
IOBE	Τορτοπίδης	Αντώνης
ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ	Λιντζέρης	Παρασκευάς
ΚΑΕΛΕ	Κόνσολας	Αντώνης
ΓΣΕΕ	Παπαδόγαμβρος	Βασίλης
ΣΕΒ	Παπαγιάννη	Ιωάννα
ΓΣΕΒΕΕ	Αυλωνίτου	Αναστασία
ΕΣΕΕ	Κόνσολας	Αντώνης

Τον επιστημονικό συντονισμό του συνολικού έργου ανάπτυξης των 55 επαγγελματικών περιγραμμάτων είχε επιστημονική επιτροπή στην οποία συμμετείχαν οι εξής:

- Δημουλάς Κώστας
- Σπηλιώτη Χριστίνα
- Βαρβιτσιώτη Ρένα
- Κόνσολας Αντώνης
- Τολίδης Γιάννης
- Τορτοπίδης Αντώνης

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: «ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ»

A.1 Προτεινόμενος Γενικός Τίτλος του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας/των

Διοργανωτής Τουριστικών Πακέτων

A.2 Ορισμός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας

A.2.1. Γενική Περιγραφή του περιεχομένου και σκοπός του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας

Ως Διοργανωτής Τουριστικών Πακέτων ορίζεται ο επαγγελματίας ο οποίος σχεδιάζει, οργανώνει, προωθεί και αξιολογεί μετά την πώληση τουριστικά πακέτα περιλαμβανομένων των επαγγελματικών ταξιδιών (incentives κτλ).

Τα καθήκοντά του περιλαμβάνουν συνήθως:

- ☐ Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη διαθεσιμότητα, το κόστος και τις ανέσεις των διαφόρων μέσων μεταφοράς και καταλυμάτων.
- ☐ Πραγματοποίηση και επιβεβαίωση κρατήσεων για τη μεταφορά και τη διαμονή.
- ☐ Διοργάνωση ολοκληρωμένων ομαδικών ταξιδιών για επαγγελματικούς ή τουριστικούς σκοπούς και υποστήριξη της πώλησής τους σε ομάδες ατόμων ή μεμονωμένα άτομα.
- ☐ Άσκηση συναφών δραστηριοτήτων.
- ☐ Επίβλεψη και συντονισμός των ατόμων που ασχολούνται με αυτές τις εργασίες.

Η ιεραρχία στο επάγγελμα είναι συνυφασμένη με το εκπαιδευτικό επίπεδο και το χρονικό διάστημα προϋπηρεσίας. Παρατηρούνται συνήθως δύο βαθμίδες ιεραρχίας ως ακολούθως:

- ☐ Τα ανώτερα στελέχη
- ☐ Τα μεσαία στελέχη

Επειδή οι παραπάνω δύο διαβαθμίσεις που υπάρχουν στο συγκεκριμένο επάγγελμα δεν αποτελούν και ξεχωριστούς τίτλους εργασίας (π.χ. Διοργανωτής, Βοηθός Διοργανωτή κτλ), σημειώνεται ότι το περίγραμμα που αναπτύσσεται στην παρούσα αφορά μόνο στα μεσαία στελέχη (επιπέδου ιεραρχίας Β') – Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων, τα οποία υποστηρίζουν το σχεδιασμό, την οργάνωση, την προώθηση και την - μετά την πώληση - αξιολόγηση τουριστικών πακέτων και σε καμία περίπτωση δεν είναι τα αρμόδια ή υπεύθυνα για τις παραπάνω επαγγελματικές δραστηριότητες από μόνα τους.

A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελμάτων, σε τετραψήφια ανάλυση και με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Κλάδων Οικονομίας, σε τουλάχιστον διψήφια ανάλυση

A.3.1 Αντιστοίχιση με ΣΤΕΠ 92

ΣΤΕΠ: 4231 – Υπάλληλοι Ταξιδιωτικών Γραφείων

A.3.2 Αντιστοίχιση με ΣΤΑΚΟΔ

ΣΤΑΚΟΔ: 633 - Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων και επιχειρήσεων οργανωμένων εκδρομών – Δραστηριότητες παροχής τουριστικής βοήθειας.

A.4 Ιστορική εξέλιξη του Επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας

A.4.1 Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας⁴

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η λέξη tourist, για να χαρακτηρίσει τα άτομα που συμμετείχαν στη μακρά περιήγηση (grand tour). Το 1811 πρωτοεμφανίζεται η λέξη tourism, για να δηλώσει κατά επεξηγηματικό τρόπο την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση. Μεταξύ 1840 και 1860, τα χαρακτηριστικά του τουρισμού και η κινητικότητα των τουριστών μεταβάλλονται με την ανακάλυψη και την εξάπλωση του σιδηροδρόμου, που υπήρξε και το πρώτο μέσο μαζικής μεταφοράς. Το 1839 εκδίδονται οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί του "Beaudecker", οι οποίοι αναφέρονται σ' όλα εκείνα τα στοιχεία που αφορούν την πραγματοποίηση "ενός ταξιδιού στο Ρήνο".

Την ίδια σχεδόν περίοδο, ο J. Murray εκδίδει στην Αγγλία ένα "εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία". Βασικά, σ' ένα χρονικό διάστημα μικρότερο από μισό αιώνα, ολόκληρη η Ευρώπη διακατέχεται από τον πυρετό της εξάπλωσης των σιδηροδρομικών δικτύων και τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών οδηγών. *Το 1841 στην Αγγλία, ο Thomas Cook οργανώνει το πρώτο ταξίδι με οδηγούς, ενώ το 1845 δημιουργεί στο Λέισεστερ το γραφείο ταξιδίων "Thomas Cook & Son", που στη συνέχεια θα ιδρύσει υποκαταστήματα σε 68 χώρες του κόσμου.*

Στην Ελλάδα ο ομαδικός τουρισμός υπάρχει από τα αρχαία χρόνια με αφορμή τις γιορτές και τα προσκυνήματα.

Οι πρώτες οργανωμένες εκδρομές αρχίζουν το 1900 όμως οι δύο πόλεμοι εξαφάνισαν αυτές τις διοργανώσεις. Το 1950 η Ελλάδα τελειώς εξαντλημένη από τους πολέμους βρίσκεται χωρίς πρόγραμμα, η βιομηχανοποίηση απαιτεί χρόνο και έτσι ο τουρισμός δίνει γρήγορες λύσεις στο οικονομικό πρόβλημα της χώρας που διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις όπως το καλό κλίμα, τις φυσικές καλλονές, την τέχνη και την ιστορία.

Από το 1950 με την βοήθεια του κράτους αρχίζει η τουριστική ανάπτυξη, κατασκευάζονται δρόμοι καλυτερεύουν οι επικοινωνίες και αρχίζουν οι δανειοδοτήσεις για την κατασκευή ξενοδοχείων, ιδρύονται σχολές τουριστικών επαγγελματιών, διοργανώνονται κρουαζιέρες στα νησιά, φεστιβάλ και αρχίζει η παραγωγή έργων Λαϊκής Τέχνης.

Από το 1953 αρχίζει μια συνεχής αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα που σταθεροποιείται από το 1965 και μετά.

Το 1963 αναπτύσσεται και ο εσωτερικός τουρισμός που βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη.

Ο εξωτερικός τουρισμός εξαρτάται από την νοοτροπία και τις συνήθειες των τουριστών, αν κάθε περιοχή προσπαθεί να προσαρμοσθεί στην ζήτηση, για να προσφέρει τις κατάλληλες συνθήκες στους τουρίστες που δέχεται.

Οι TOURS OPERATORS είναι επιχειρήσεις με συγκεντρωμένα κεφάλαια, παρουσιάζονται στην Ευρώπη το 1960 και δημιουργούν μονοπώλια που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού εμπορίου.

Οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operators) αγοράζουν μια μεγάλη γκάμα τουριστικών αγαθών σε μεγάλες ποσότητες και αφού προσθέσουν τα θέλγητρα ενός προορισμού τα διαμορφώνουν σε πακέτα και στη συνέχεια τα πουλούν είτε σε ταξιδιωτικούς πράκτορες είτε απευθείας στους τουρίστες. Οι Ταξιδιωτικοί πράκτορες λειτουργούν ως λιανέμποροι στο σύστημα διανομής τουριστικών αγαθών. Συγκεκριμένα αγοράζουν τουριστικά αγαθά κατόπιν παραγγελίας και στη συνέχεια τα θέτουν στη διάθεση των πελατών.

Η γιγάντωση των μεγάλων πρακτορείων οργανωμένου τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, τα οποία έχουν ως αντικείμενο την προώθηση «τουριστικών πακέτων», συνέβαλε σημαντικά στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Οι επιχειρήσεις αυτές συνέδεσαν τις επιμέρους υπηρεσίες των τουριστικών παραγωγών (ξενοδοχεία, μεταφορικές εταιρίες) σε ένα ιδιαίτερα δημοφιλές τουριστικό προϊόν «το ταξίδι-πακέτο» (package tour), το οποίο επιτρέπει στους τουρίστες να ταξιδεύουν έχοντας εξασφαλισμένη τη μεταφορά τους, το κατάλυμα, τη διατροφή και συχνά και άλλες δραστηριότητες (ξεναγήσεις, εκδρομές κ.λ.π.). Κατ' αυτόν τον τρόπο, το οργανωμένο ταξίδι «μετατράπηκε» σε ένα καταναλωτικό προϊόν με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και τιμή, εξυπηρετώντας το τουριστικό μάρκετινγκ.

⁴ <http://www.akx.gr/12-04.asp>

A.4.2 Ισχύον νομοθετικό πλαίσιο

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ακόμα νομοθετικό πλαίσιο σχετικά με το επάγγελμα. Υπάρχει όμως νομοθετικό πλαίσιο σχετικά με την ίδρυση και λειτουργία των Τουριστικών Γραφείων στα οποία απασχολούνται οι Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων. Για να λειτουργήσει ένα τουριστικό γραφείο πρέπει να εφοδιασθεί με Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, το οποίο χορηγείται με απόφαση του Προϊσταμένου της αρμόδιας ΠΥΤ του ΕΟΤ στην οποία έχει την έδρα του το Τουριστικό Γραφείο. Το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας χορηγείται σε όσους πληρούν τις προϋποθέσεις οι οποίες προβλέπονται από τις διατάξεις του Ν. 393/76 όπως τροποποιήθηκε με το Π.Δ. 288/91, το Ν.2160/93 (ΦΕΚ 118/Α/93) και Π.Δ. 313/25-9-2001. Ορισμένες από αυτές έχουν σχέση με το πρόσωπο του επιχειρηματία και άλλες έχουν σχέση με το χώρο εγκατάστασης της επιχείρησης.

A.5 Αναπτυξιακή δυναμική της οικονομίας /δυναμική του επαγγέλματος ή/ και ειδικότητας

A.5.1 Γενική περιγραφή των τάσεων μεγέθυνσης που διαγράφουν στην ελληνική αγορά οι κλάδοι στους οποίους εντάσσονται οι απασχολούμενοι στο συγκεκριμένο επάγγελμα ή/ και ειδικότητα

Το είδος των επιχειρήσεων στις οποίες απασχολούνται οι Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων είναι τα Τουριστικά Γραφεία. Τα τουριστικά γραφεία είναι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες, σχετικά με τη μεταφορά και διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων (group), μέσα ή έξω από τη χώρα διαμονής τους. Χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις μικρές ή μεγάλες, που ενεργούν ως «γέφυρες» μεταξύ του προμηθευτή-πωλητή τουριστικών υπηρεσιών και του αγοραστή-πελάτη, οποίος επιθυμεί να ταξιδέψει για λόγους αναψυχής ή επαγγελματικούς⁵. Οι υπηρεσίες που παρέχουν περιλαμβάνουν συνήθως:

- Το σχεδιασμό και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό, με ιδιότητα ή όχι μέσα μεταφοράς.
- Τη μεσολάβηση για τη διασφάλιση ή και ενοικίαση καταλύματος, σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- Τη μεσολάβηση για την έκδοση εισιτηρίων για κάθε μεταφορικό μέσο.
- Τη διοργάνωση ή τη διαμεσολάβηση για τη διοργάνωση συνεδρίων.
- Την παραλαβή και αποστολή αποσκευών αλλοδαπών ή ημεδαπών τουριστών.
- Την παροχή κάθε άλλης υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό, όπως η προβολή τουριστικών μονάδων, η διάθεση εισιτηρίων για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, κ.λ.π.

Στη Συλλογική Σύμβαση εργασίας περιγράφονται αναλυτικά ορισμένες από τις υπηρεσίες του επαγγέλματος.

Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη η οποία κυκλοφόρησε το 2006 από τη Διεύθυνση Μελετών Οικονομικού Περιβάλλοντος της ICAP⁶ το συνολικό μέγεθος της ελληνικής αγοράς υπηρεσιών από τουριστικά - ταξιδιωτικά γραφεία καταγράφει μείωση τα τελευταία τρία χρόνια. Η εν λόγω μελέτη εξετάζει τον κλάδο των τουριστικών – ταξιδιωτικών γραφείων (εισερχόμενου, εσωτερικού και εξερχόμενου τουρισμού), την πορεία και τις προοπτικές του.

Αναφορικά με τον εισερχόμενο τουρισμό, η βασική κατηγορία πελατών των εξεταζόμενων γραφείων αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται τη χώρα μας κυρίως τους θερινούς μήνες για παραθερισμό. Σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, το έτος 2004 εκτιμάται ότι αφίχθησαν στην Ελλάδα 14,3 εκατ. αλλοδαποί τουρίστες, ενώ σε όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα πραγματοποιήθηκαν 51,6 εκατ. διανυκτερεύσεις εκ των οποίων το 74% περίπου πραγματοποιήθηκε από αλλοδαπούς. Σχετικά με το ύψος των τουριστικών εισπράξεων για τη χώρα μας, το 2005 ανήλθαν σε €11.036,5 εκατ. (αύξηση κατά 6,7% σε σχέση με το 2004). Όσον αφορά τις υπηρεσίες του εσωτερικού και εξερχόμενου τουρισμού, αυτές απευθύνονται κατά βάση στους Έλληνες, οι οποίοι είτε ταξιδεύουν εντός της χώρας είτε επισκέπτονται χώρες του εξωτερικού.

⁵ Λεωνίδας Χυτήρης Σ., «Τουριστικά Γραφεία, Ίδρυση - Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995.

⁶ www.icap.gr

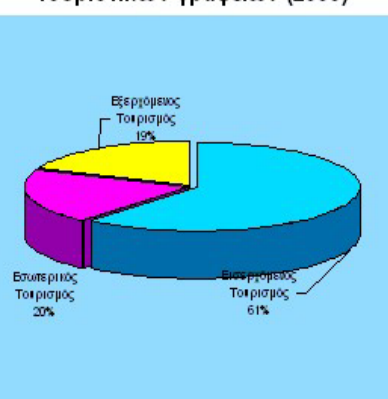
Σε ολόκληρη τη χώρα εκτιμάται ότι λειτουργούν περίπου 4.000 τουριστικά γραφεία, ο μεγαλύτερος αριθμός των οποίων είναι συγκεντρωμένος στο νομό της Αττικής. Ωστόσο εκτιμάται από πηγές του κλάδου ότι αρκετά είναι και τα γραφεία τουρισμού που δεν είναι εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και τα οποία είναι διάσπαρτα στις διάφορες τουριστικές περιοχές της χώρας, λειτουργώντας μόνον κατά τους θερινούς μήνες, συνήθως ως υπερβολάβοι μεγαλύτερων ταξιδιωτικών γραφείων.

Η συνολική αξία της αγοράς υπηρεσιών από τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία παρουσίασε διακυμάνσεις κατά την περίοδο 1994 – 2005, ωστόσο ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής διαμορφώθηκε τελικά σε χαμηλά επίπεδα (0,8%). Ειδικότερα, το μέγεθος αγοράς του εισερχόμενου οργανωμένου τουρισμού, το οποίο προσδιορίζεται άμεσα από την εξέλιξη των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών, παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,1% την περίοδο 1997-2001, σε αντίθεση με την περίοδο 2002-2004 όπου εμφανίζει μείωση με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,7%. Τελικά, το 2005 το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς ανέκαμψε (ετήσια αύξηση: 3%). Επίσης, το μέγεθος αγοράς του εσωτερικού οργανωμένου τουρισμού, ως βάση μέτρησης του οποίου χρησιμοποιείται ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών στα διάφορα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας, εμφανίζει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 2,5% την περίοδο 1994-2005. Σχετικά με τον εξερχόμενο οργανωμένο τουρισμό, το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς σημείωσε μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 2,6% συνολικά το διάστημα 1994-2005, όμως το τελευταίο έτος υπήρξε μικρή υποχώρηση.

Διαχρονική εξέλιξη της αγοράς υπηρεσιών τουριστικών γραφείων (2000=100)



Διάρθρωση της αγοράς υπηρεσιών τουριστικών γραφείων (2005)



Αναφορικά με την συμμετοχή της κάθε κατηγορίας στο σύνολο της εν λόγω αγοράς, το έτος 2005 ο εισερχόμενος τουρισμός αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μερίδιο (61%) και ακολουθούν ο εσωτερικός τουρισμός (20%) και, τέλος, ο εξερχόμενος τουρισμός (19%).

Στα σημαντικότερα προβλήματα του κλάδου περιλαμβάνεται η λειτουργία μεγάλου αριθμού μη νόμιμων τουριστικών γραφείων, ενώ προβλήματα ανακύπτουν και από το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο το οποίο μην έχοντας εκσυγχρονισθεί στο βαθμό που απαιτείται, αδυνατεί να εξυπηρετήσει τόσο τις ανάγκες της ελληνικής τουριστικής αγοράς όσο και της διεθνούς αγοράς.

Η πορεία του κλάδου των τουριστικών – ταξιδιωτικών γραφείων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την εξέλιξη του τουρισμού. Από το 2005 ο κλάδος εισήλθε στη μεταολυμπιακή περίοδο, μετά από διετή δυσχερή περίοδο για τον ελληνικό τουρισμό, της οποίας κύριο χαρακτηριστικό ήταν η μείωση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στη χώρα. Οι προσδοκίες όλων έχουν πλέον εναποτεθεί στη διαφήμιση-προβολή της χώρας στο εξωτερικό, σε συνδυασμό με τη σημαντική υποδομή που άφησαν ως παρακαταθήκη οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

A.5.2 Είδος επιχειρήσεων όπου εμφανίζεται κατά κύριο το επάγγελμα και αναπτυξιακή δυναμική του επαγγέλματος/ή και της ειδικότητας

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το είδος των επιχειρήσεων στις οποίες απασχολούνται οι Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων είναι τα Τουριστικά Γραφεία. Σύμφωνα με στοιχεία προερχόμενα από τον Σύνδεσμο⁷ των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (Η.Α.Τ.Τ.Α.), παρατηρείται έντονη γεωγραφική συγκέντρωση στην κατανομή των τουριστικών γραφείων μεταξύ των Περιφερειών της χώρας. Αξίζει να επισημανθεί ότι η Αττική συγκεντρώνει το 36,58% του συνόλου των τουριστικών γραφείων της χώρας, η Μακεδονία και η Θράκη το 19,50%, ενώ σημαντική συγκέντρωση καταγράφεται και στις κύριες περιοχές υποδοχής τουριστών όπως η Κρήτη (8,90%) και τα νησιά του Ιονίου Πελάγους (7,77%). Η κατανομή αυτή σχετίζεται άμεσα με το βαθμό συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας στο εσωτερικό της ελληνικής επικράτειας και την άνιση διασπορά της τουριστικής ζήτησης. Ο πίνακας που ακολουθεί δίνει αναλυτικότερη πληροφόρηση για τη γεωγραφική κατανομή των τουριστικών - ταξιδιωτικών γραφείων της χώρας.

Γεωγραφική κατανομή ελληνικών τουριστικών γραφείων (2005)

Περιοχή	Αριθμός γραφείων
Αττική	1450
Κρήτη	353
Κεντρική Ελλάδα	210
Ήπειρος	91
Μακεδονία – Θράκη	773
Βόρειο Αιγαίο	87
Νησιά Ιονίου	308
Σποράδες	37
Κυκλάδες	201
Δωδεκάνησα	217
Πελοπόννησος – Σαρωνικός	236
Σύνολο	3963

Πηγή: ΗΑΤΤΑ

Ως προς τη νομική τους μορφή, η πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών γραφείων είναι μικρές – προσωπικές επιχειρήσεις, σε μικρότερο βαθμό Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης και Ομόρρυθμες Εταιρείες. Ιδιαίτερα περιορισμένη μεταξύ των τουριστικών γραφείων είναι η παρουσία Ανώνυμων Εταιρειών. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει, με στοιχεία του 2001 και του 2002, την κατανομή των ελληνικών τουριστικών γραφείων με κριτήριο τη νομική τους μορφή.

Κατανομή ταξιδιωτικών γραφείων κατά νομική μορφή (2001 και 2002)

Νομική μορφή	Αριθμός επιχειρήσεων		Κύκλος εργασιών (σε εκατ. €)	
	2001	2002	2001	2002
Α.Ε.	339	324	528,79	587,43
Ε.Π.Ε.	570	600	299,68	299,15
Ο.Ε.	432	430	89,42	106,27
Ε.Ε.	106	110	20,97	25,83
Προσωπικές	1721	1814	228,32	222,13
Άλλες	41	31	22,22	12,91
Σύνολο	3209	3309	1220,07	1286,41

Πηγή: ICAP - ΕΣΥΕ/ μητρώο επιχειρήσεων

⁷ www.always tourism.gr – “Τουριστικές τάσεις / εξέλιξη του κλάδου των τουριστικών γραφείων. Ποιοτικά χαρακτηριστικά των σύγχρονων Τουριστικών Γραφείων

Πρέπει να διευκρινιστεί εδώ ότι τα ελληνικά τουριστικά γραφεία εξετάζονται στην παρούσα μελέτη ως ενιαίο σύνολο από άποψη δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι το περιορισμένο μέγεθος της αγοράς και η φύση του τουριστικού προϊόντος της χώρας δεν επιτρέπει τον ουσιαστικό διαχωρισμό τους σε τουριστικά γραφεία και tour operator. Ωστόσο, πρέπει να γίνει σαφές ότι τα μεγαλύτερα τουριστικά γραφεία της χώρας λειτουργούν και ως «εθνικοί tour operator» δεδομένου ότι οργανώνουν και πωλούν τουριστικά πακέτα σε Έλληνες τουρίστες για χώρες της Ευρώπης και της Αφρικής.

Παρόλα αυτά, αν επιχειρούσαμε να διακρίνουμε τα τουριστικά γραφεία της χώρας με βάση τις κύριες δραστηριότητές τους, αυτές θα ήταν:

- ❑ δραστηριότητες incoming με την ιδιότητα του tour operator, και με κύριο αντικείμενο τη σύνθεση, οργάνωση και πώληση (σε καταναλωτές ή/και σε travel agents) τουριστικών πακέτων και προγραμμάτων που εκτελούνται στον ελληνικό χώρο
- ❑ δραστηριότητες incoming με την ιδιότητα του travel agent και με κύριο αντικείμενο την υποδοχή οργανωμένων ομάδων τουριστών και την εκτέλεση των προγραμμάτων των tour operator
- ❑ δραστηριότητες outgoing με την ιδιότητα του tour operator, με κύριο αντικείμενο τη σύνθεση και πώληση (σε καταναλωτές ή/και σε travel agents) τουριστικών πακέτων που αφορούν σε χώρες του εξωτερικού
- ❑ δραστηριότητες outgoing με την ιδιότητα του travel agent, με κύριο αντικείμενο την πώληση, σε καταναλωτές, τουριστικών πακέτων των Ελλήνων tour operators.
- ❑ δραστηριότητες χερσαίων μεταφορών, με ιδιόκτητο στόλο τουριστικών λεωφορείων και με κύριο αντικείμενο την ενοικίαση τουριστικών λεωφορείων σε tour operators και travel agents ή/και τη διοργάνωση χερσαίων εκδρομών, transfers και μεταφορών.

Ως προς τα βαθμό εξειδίκευσής τους τα τουριστικά γραφεία της χώρας διακρίνονται σε αυτά που ειδικεύονται:

- ❑ σε συγκεκριμένες αγορές - χώρες (π.χ. εξερχόμενος τουρισμός προς χώρες όπως η Κούβα ή εισερχόμενος τουρισμός από χώρες όπως η Ρωσία)
- ❑ σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού (π.χ. γραφεία εναλλακτικών δραστηριοτήτων, γραφεία συνεδριακού τουρισμού).

Εδώ αξίζει να τονιστούν οι ολοένα αυξανόμενες τάσεις των incoming και των outgoing δραστηριοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, στο incoming παρατηρείται η τάση των καταναλωτών για ζήτηση νέων εξειδικευμένων πακέτων, αλλά και η άνοδος της ζήτησης από νέες χώρες, όπως η Κίνα, η Ρωσία, οι Ανατολικές χώρες, κ.λπ.. Στο outgoing, οι καταναλωτές ζητούν νέους μη κορεσμένους - ανερχόμενους προορισμούς (π.χ. χώρες της Μέσης Ανατολής). Οι τάσεις αυτές οφείλονται είτε σε διεθνείς οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες (άνοδος των χωρών της Μέσης Ανατολής, της Ινδίας και των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης) είτε σε στοχευμένες ενέργειες (π.χ. υπογραφή συμφωνίας ADS μεταξύ Ε.Ε. και Κίνας, διευκόλυνση των διαδικασιών έκδοσης βίζας από Ρωσία).

Η συνολική αξία των προσφερόμενων υπηρεσιών από τα τουριστικά γραφεία της χώρας παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί. Από αυτόν γίνεται εύκολα αντιληπτή η αύξηση του μεγέθους της αγοράς κατά την περίοδο 1997 – 2001 και η αντίστοιχη μείωση της αξίας των υπηρεσιών την τριετία 2002 – 2003. Οι αυξομειώσεις αυτές είναι συνήθως αποτέλεσμα της πορείας του εισερχόμενου τουρισμού και ακολουθούν – επηρεάζονται από τις διακυμάνσεις του. Πρέπει να τονιστεί ότι ελλείψει αναλυτικότερων στοιχείων, τα τουριστικά γραφεία εξετάζονται στον πίνακα που ακολουθεί ως σύνολο. Ωστόσο, στην πραγματικότητα οι επιχειρήσεις του κλάδου θα έπρεπε να αναλύονται και να εξετάζονται με κριτήριο τις κύριες δραστηριότητές τους, όπως αυτές αναλύθηκαν προηγούμενα (π.χ. incoming, outgoing κ.λπ.).

Συνολικό μέγεθος αγοράς υπηρεσιών τουριστικών γραφείων (1994 – 2003)

Έτος	Μέγεθος αγοράς (σε χιλ. euro)	Ποσοστιαία μεταβολή
1994	786.500	-
1995	763.000	-3,0%
1996	733.600	-3,9%
1997	763.100	4,0%
1998	792.300	3,8%
1999	804.100	1,5%
2000	833.400	3,6%
2001	854.400	2,5%
2002	852.500	-0,2%
2003	849.500	-0,4%

Πηγή: ICAP, 2004

Αξίζει να αναφερθεί εδώ ότι σε επίπεδο πωλήσεων, οι κυρίαρχες εταιρείες του κλάδου, για το 2003, ήταν η TUI HELLAS AE, η EUROSTAR ATEBE, η ΑΜΦΙΤΡΥΩΝ ΑΕ και η ΠΛΩΤΙΝ ΤΡΑΒΕΛ ΑΤ&Ξ⁸, η οποία όμως είχε την ατυχή κατάληξη της λήξης των δραστηριοτήτων της που γνωρίζουμε.

Πιο χρήσιμα συμπεράσματα για τα χαρακτηριστικά του κλάδου των τουριστικών γραφείων στην Ελλάδα μπορούν να προκύψουν από την εξέταση των επιμέρους τμημάτων που συνθέτουν την αξία της αγοράς των ελληνικών τουριστικών γραφείων. Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη του μεγέθους της αγοράς του εισερχόμενου οργανωμένου τουρισμού.

Μέγεθος αγοράς εισερχόμενου οργανωμένου τουρισμού (1994 – 2003)

Έτος	Μέγεθος αγοράς (σε χιλ. Euro)	Ποσοστιαία μεταβολή	Ποσοστιαία συμμετοχή στη συνολική αγορά
1994	534.100	-	67,9%
1995	501.800	-0,6%	65,8%
1996	460.700	-8,2%	62,8%
1997	481.300	4,5%	63,1%
1998	501.800	4,3%	63,3%
1999	507.700	1,2%	63,1%
2000	528.200	4,0%	63,4%
2001	544.000	3,0%	63,7%
2002	536.000	-1,4%	62,9%
2003	524.800	-2,1%	61,8%

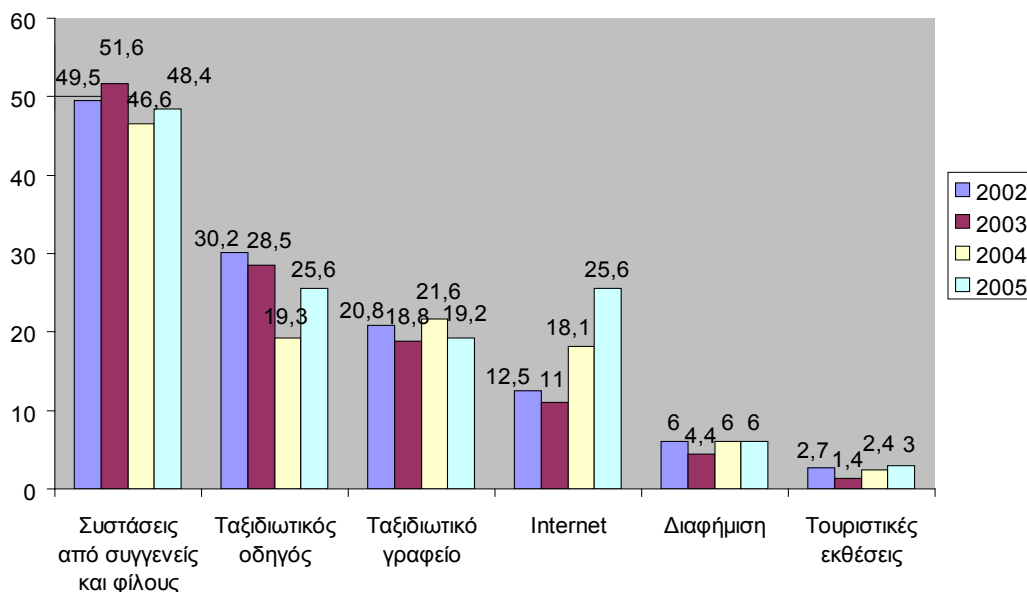
Πηγή: ICAP, 2004

Από τον πίνακα που προηγήθηκε προκύπτει η κατά περιόδους αυξομείωση της αξίας και του μεγέθους της αγοράς εισερχόμενου οργανωμένου τουρισμού, με αποτέλεσμα την θετικών ρυθμών ανάπτυξης πενταετία (1997 – 2001) να διαδεχτεί η περίοδος 2002 – 2003 οπότε η αγορά παρουσίασε ύφεση. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η μεγάλη συμμετοχή του εισερχόμενου τουρισμού στη διαμόρφωση του συνολικού μεγέθους της αγοράς καθώς σε καμία περίπτωση, στα εξεταζόμενα χρόνια, ο εισερχόμενος τουρισμός δεν αποτελεί λιγότερο από το 60,5% του συνολικού μεγέθους της αγοράς. Παρά τις επιμέρους αυξομειώσεις η συμμετοχή του εισερχόμενου οργανωμένου τουρισμού στη συνολική αξία υπηρεσιών των τουριστικών γραφείων τείνει να μειώνεται.

⁸ ICAP, (2004), Κλαδική μελέτη – «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα.

Στην περίπτωση της αγοράς του εσωτερικού οργανωμένου τουρισμού τα συμπεράσματα είναι διαφορετικά, καθώς η αγορά αυτή είναι εκ των πραγμάτων περιορισμένη εξαιτίας της τάσης των Ελλήνων να οργανώνουν τις διακοπές τους εντός της χώρας χωρίς τη μεσολάβηση – βοήθεια κάποιου τουριστικού πρακτορείου. Σε αντίθεση με τη μεγάλη ποσοστιαία συμμετοχή του εισερχόμενου τουρισμού στη διαμόρφωση της αξίας των προσφερόμενων υπηρεσιών από τα τουριστικά γραφεία, η προερχόμενη από τον οργανωμένο εσωτερικό τουρισμό αξία είναι σαφώς περιορισμένη. Ενδεικτικό είναι το ραβδόγραμμα που ακολουθεί και από το οποίο γίνεται σαφές ότι σε πολύ μικρό βαθμό οι Έλληνες καταφεύγουν σε κάποιο τουριστικό γραφείο προκειμένου να επιλέξουν το κατάλυμα των διακοπών τους στην Ελλάδα. Το ποσοστό αυτό κυμάνθηκε την τελευταία τετραετία από 18,8% μέχρι 21,6%. Αντίθετα, οι Έλληνες εμπιστεύονται σε πολύ μεγάλο βαθμό τη γνώμη συγγενών και φίλων ενώ αξιόλογη είναι η ενίσχυση του αριθμού εκείνων που στρέφονται πλέον στο Internet ως μέσο επιλογής του καταλύματος τους.

Μέσο επιλογής καταλύματος για τις διακοπές των Ελλήνων στην Ελλάδα (2002 – 2005)



Πηγή: ΚΑΠΑ Research

Όσα προαναφέρθηκαν δικαιολογούν τη χαμηλή ποσοστιαία συμμετοχή του εσωτερικού οργανωμένου τουρισμού στο συνολικό μέγεθος της αγοράς, ποσοστό που έφθασε το 2003 μόλις το 19,3% παρουσιάζοντας όμως διαχρονική αύξηση. Αυτό που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι η θετική διακύμανση του ρυθμού μεταβολής ο οποίος σε καμία περίπτωση, κατά την εξεταζόμενη περίοδο, δεν έλαβε αρνητικό πρόσημο, δείχνοντας το δυναμισμό της εσωτερικής αγοράς οργανωμένου τουρισμού τα τελευταία χρόνια.

Μέγεθος αγοράς εσωτερικού οργανωμένου τουρισμού (1994 – 2003)

Έτος	Μέγεθος αγοράς (σε χιλ. euro)	Ποσοστιαία μεταβολή	Ποσοστιαία συμμετοχή στη συνολική αγορά
1994	132.100	-	16,8%
1995	135.000	2,2%	17,7%
1996	137.900	2,2%	18,8%
1997	140.900	2,2%	18,5%
1998	143.800	2,1%	18,2%
1999	146.700	2,0%	18,2%
2000	149.700	2,0%	18,0%
2001	153.400	2,5%	18,0%
2002	158.300	3,2%	18,6%
2003	163.900	3,5%	19,3%

Πηγή: ICAP, 2004

Ως προς τον εξερχόμενο οργανωμένο τουρισμό, το μέγεθος της αγοράς παρουσιάζει διαχρονική αύξηση με θετικούς ρυθμούς μεταβολής καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Αντίστοιχη είναι και η αύξηση της ποσοστιαίας συμμετοχής του οργανωμένου εξερχόμενου τουρισμού στο συνολικό μέγεθος της αγοράς.

Μέγεθος αγοράς εξερχόμενου οργανωμένου τουρισμού (1994 – 2003)

Έτος	Μέγεθος αγοράς (σε χιλ. euro)	Ποσοστιαία μεταβολή	Ποσοστιαία συμμετοχή στη συνολική αγορά
1994	120.300	-	15,3%
1995	126.200	4,9%	16,5%
1996	135.000	7,0%	18,4%
1997	140.900	4,4%	18,5%
1998	146.700	4,1%	18,5%
1999	149.700	2,0%	18,6%
2000	155.500	3,9%	18,7%
2001	157.000	1,0%	18,3%
2002	157.900	0,6%	18,5%
2003	160.800	1,8%	18,9%

Πηγή: ICAP, 2004

Για τη συμπλήρωση της «εικόνας» του κλάδου των τουριστικών γραφείων της χώρας κρίνεται σκόπιμο να εξεταστούν τα χρησιμοποιούμενα για τη διαφήμιση και προβολή των ελληνικών τουριστικών γραφείων μέσα. Τα στοιχεία προέρχονται από έρευνα που πραγματοποίησε το 2003 το Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Σ' αυτά εμφανίζεται μεγάλη ποικιλία διαφημιστικών επιλογών με σημαντικότερο το Διαδίκτυο (χρησιμοποιείται από το 60,2% των τουριστικών γραφείων), ακολουθούν οι εφημερίδες (56,3%), τα ενημερωτικά φυλλάδια (45,3%) και τα διάφορα περιοδικά (41,4%). Στον κατάλογο των διαφημιστικών μέσων πρέπει να περιληφθούν τα τουριστικά περιοδικά που χρησιμοποιούνται ως μέσο προβολής – διαφήμισης από το 39,8% των ελληνικών τουριστικών γραφείων και τέλος το ραδιόφωνο (27,3%) και η τηλεόραση (17,2%).

Σε σχέση με την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, από την ίδια έρευνα προκύπτει σημαντική έλλειψη ενδιαφέροντος για την απόκτηση πιστοποιητικών διασφάλισης ποιότητας (I.S.O.) καθώς το ποσοστό των τουριστικών γραφείων που συμμετείχαν στην έρευνα και διαθέτουν πιστοποιητικό διασφάλισης ποιότητας ανερχόταν μόλις στο 8,3%. Η μεγάλη πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών γραφείων χρησιμοποιεί εμπειρικούς τρόπους ελέγχου της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών.

A.6 Απασχόληση, τάσεις-προοπτικές

A.6.1 Περιγραφή υπάρχουσας κατάστασης της απασχόλησης⁹

Όσον αφορά την Ελλάδα, είναι χρήσιμο να τονιστεί ότι ο κλάδος των τουριστικών γραφείων αποτελείται από επιχειρήσεις που στη συντριπτική τους πλειοψηφία είναι μικρομεσαίες (ΜΜΕ) ή πολύ μικρές (ΠΜΕ). Δυστυχώς επίσημα στοιχεία σχετικά με τα ποσοτικά χαρακτηριστικά των ελληνικών τουριστικών γραφείων δεν υπάρχουν, με αποτέλεσμα να είναι αδύνατο να υπάρξει σαφής πληροφόρηση για τον συνολικό αριθμό των τουριστικών γραφείων και την κατηγοριοποίησή τους βάσει διασποράς, μεγέθους ή αριθμού εργαζομένων. Ωστόσο, εξαιρετικά διαφωτιστικά είναι τα στοιχεία που προέρχονται από έρευνα της VPRC και παρέχουν πληροφόρηση για την κατανομή του αριθμού των εργαζομένων στα ελληνικά τουριστικά γραφεία. Όπως προκύπτει από τον πίνακα που ακολουθεί, η πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών γραφείων απασχολεί από 6 έως 15 εργαζόμενους. Αντίθετα, εξαιρετικά μικρό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων του κλάδου που απασχολούν πάνω από 30 εργαζόμενους.

⁹ Πηγή: HATTA – www.allways-tourism.gr

Αριθμός εργαζομένων σε τουριστικά γραφεία

Περιφέρεια	Πρακτορεία ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων					Σύνολο		Πραγματοποιηθέν δείγμα	
	1*	2*	3*	4*	5*	N	%	N	% του σχεδιασθέντος
Δωδεκάνησα	2	4	3	0	0	9	6,8	5	55,5
ΑΜΘ	1	1	0	0	0	2	1,5	2	100,0
Αττική	6	27	12	6	6	57	43,2	26	45,6
Β. Αιγαίο	0	3	0	1	0	4	3,0	1	25,0
Δ. Ελλάδα	2	0	0	2	0	4	3,0	3	75,0
Δ. Μακεδονία	1	0	0	0	0	1	0,8	-	-
Ήπειρος	1	1	1	0	0	3	2,3	2	66,6
Θεσσαλία	0	3	2	0	0	5	3,8	3	60,0
Ιόνια	4	2	1	0	0	7	5,3	-	-
Κ. Μακεδονία	1	3	1	0	0	5	3,8	3	60,0
Κρήτη	3	5	5	1	3	17	12,9	7	41,2
Κυκλάδες	3	4	1	1	1	10	7,6	3	30,0
Πελοπόννησος	3	1	1	0	0	5	3,8	2	40,0
Στερεά	3	0	0	0	0	3	2,3	3	100,0
Σύνολο σχεδιασ. δειγμ. % του δείγματος	30 22,7	54 40,9	27 20,5	11 8,3	10 7,6	132 ^α 100,0		60	
Σύνολο πραγματοποι. Δείγματος % του σχεδιασθέντος δείγματος	13 43,3	27 50,0	10 37,0	5 45,4	3 30,0	58 ^β			

1*: από 1 έως και 5 εργαζομένους

2*: από 6 έως και 15 εργαζομένους

3*: από 16 έως και 30 εργαζομένους

4*: από 31 έως και 50 εργαζομένους

5*: από 51 εργαζομένους και άνω

α : για 5 τουριστικά γραφεία του σχεδιασθέντος δείγματος δεν έχουμε αριθμό εργαζομένων

β: για 2 τουριστικά γραφεία που απάντησαν δεν έχουμε αριθμό εργαζομένων

Πηγή: VPRC

A.6.2 Τάσεις και A.6.3 Προοπτικές

Σύμφωνα με τη μελέτη «Έρευνα για την απασχόληση και την ποιότητα των θέσεων εργασίας και προσδιορισμός των εκπαιδευτικών αναγκών των εργαζομένων και αυτοαπασχολούμενων στον Κλάδο των Τουριστικών Γραφείων» που εκπονήθηκε από το ΕΚΚΕ στο πλαίσιο του Προγράμματος «Allways Tourism», της ΚΠ EQUAL II, τα θεματικά πεδία του εισερχομένου και εξερχομένου τουρισμού, είτε αφορά σε επίπεδο tour operating, είτε σε επίπεδο travel agent, (π.χ. σύνθεση, οργάνωση, πώληση τουριστικών πακέτων, συμβόλαια με τους προμηθευτές και τους αλλοδαπούς tour operators και travel agents, θέματα υποδοχής οργανωμένων ομάδων τουριστών από το εξωτερικό, θέματα προστασίας του καταναλωτή, κ.λπ.) θα πρέπει να αποτελέσουν πρωταρχικό πεδίο εκπαίδευσης και κατάρτισης. Η εκπαίδευση στη χρήση νέων τεχνολογιών όπως είναι το internet, είναι επίσης ζωτικής σημασίας και μπορεί να αποτελέσει ξεχωριστό αντικείμενο κατάρτισης ή να ενσωματωθεί στην κατάρτιση των άλλων θεματικών πεδίων ως αντικείμενο άσκησης και μέθοδος εκπαίδευσης, (π.χ. κατάρτιση της ομάδας στόχου στον εισερχόμενο και

εξερχόμενο τουρισμό χρησιμοποιώντας ως μέθοδο το internet -όπως: Distance / blended learning- συνδυαστικά με τις παραδοσιακές μεθόδους εκπαίδευσης /κατάρτισης), έτσι ώστε η ομάδα στόχος να γνωρίσει, να συμπληρώσει, να επεκτείνει και να εξειδικεύσει τις γνώσεις της με τα επιμέρους αντικείμενα του εισερχομένου και εξερχομένου τουρισμού και με τις νέες τεχνολογίες.

A.7 Υφιστάμενες μορφές άσκησης του επαγγέλματος ή /και της ειδικότητας, τάσεις εξέλιξης

A.7.1 Υφιστάμενες ειδικεύσεις/κατευθύνσεις του επαγγέλματος ή/και της ειδικότητας

Ο διοργανωτής τουριστικών πακέτων είναι ένας έμπειρος επαγγελματίας που δημιουργεί για τους καταναλωτές - τουρίστες ένα ευρύ φάσμα ειδικών υπηρεσιών με τη μορφή πακέτου.

Ο διοργανωτής τουριστικού πακέτου δημιουργεί τουριστικά πακέτα λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των καταναλωτών – τουριστών, τη ζήτηση της αγοράς και τις επιμέρους οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες της εποχής. Έτσι έχουν δημιουργηθεί κάποιες άτυπες κατευθύνσεις στο επάγγελμα οι οποίες έχουν σαν βάση τους τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Οι πιο δυναμικές μορφές του τουριστικού πακέτου τα τελευταία χρόνια ανήκουν στον Επαγγελματικό τουρισμό, ο οποίος είναι ο συνδυασμός του τουρισμού κινήτρων (incentive trips), του τουρισμού εκθέσεων και του συνεδριακού τουρισμού. Αρκετές εταιρείες προσφέρουν κίνητρα στα στελέχη για να ανεβάσουν την απόδοση και κατά συνέπεια την απόδοση της εταιρείας. Σε αυτές τις περιπτώσεις ο διοργανωτής τουριστικού πακέτου καλείται να δημιουργήσει ένα πακέτο το οποίο θα είναι ελκυστικό, οικονομικό για την εταιρεία, και απολαυστικό για τα στελέχη της εταιρείας.

A.7.2 Τάσεις εξέλιξης των πιο δυναμικών και πολυπληθών ειδικεύσεων

Οι πιο πολυπληθείς και δυναμικά εξελισσόμενες κατευθύνσεις είναι - εκτός των επαγγελματικών πακέτων - τα πακέτα γενικού τουρισμού, η αλλιώς τα πακέτα αναψυχής.

A.8 Ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στο επάγγελμα/ειδικότητα

Όσον αφορά τα ποσοτικά στοιχεία σχετικά με το επάγγελμα δεν υπάρχουν ακριβή διαθέσιμα στοιχεία από την ΕΣΥΕ. Το επάγγελμα κατά ΣΤΕΠ έχει κωδικό 3414, ενώ τα στοιχεία που υπάρχουν διαθέσιμα αφορούν τον κωδικό 341 που αφορά γενικότερα στα «Πρόσωπα που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των πωλήσεων». Τα στοιχεία σχετικά με τον κωδικό 341 παρουσιάζονται στους πίνακες που ακολουθούν:

Κωδ	Περιγραφή	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
341	Πρόσωπα που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των πωλήσεων	28.089	30.983	35.509	36.689	38.365	40.272	41.909	38.877	43.529	47.419

Κωδ	Περιγραφή	ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991	ΑΠΟΓΡΑΦΗ 2001
341	Συνολικός αριθμός προσώπων που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των πωλήσεων		58.001
633	Συνολικός αριθμός ατόμων σε δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων και επιχειρήσεων οργανωμένων εκδρομών, δραστηριότητες παροχής τουριστικής βοήθειας μ.α.κ.	11.753	14.538
63	Συνολικός αριθμός απασχολούμενων σε βοηθητικές και συναφείς προς τις μεταφορές δραστηριότητες. Δραστηριότητες τουριστικών πρακτορείων	31.240	57.139

A.9 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα, έντυπα ή άλλα μέσα πληροφόρησης ή άλλες πηγές

A.9.1 Συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα

Οι κλαδικές συνδικαλιστικές-επαγγελματικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα/ειδικότητα είναι οι εξής¹⁰:

- ☐ Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Ελλάδος (HATTA)
- ☐ Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εργαζομένων στη ναυτιλία και Τουρισμό (ΠΑ.ΣΕ.Ν.Τ.)

A.9.2 Έντυπα και άλλα μέσα πληροφόρησης

Υπάρχουν διάφορα έντυπα που ασχολούνται με το χώρο και τις εξελίξεις του τουρισμού. Από τα ειδικά ενδεικτικά αναφέρουμε: «Τουρισμός και Οικονομία», «Τουριστική Αγορά», «Χρήμα και Τουρισμός», «The Tourism Report», κα. Το κλαδικό έντυπο για τον κλάδο των τουριστικών γραφείων είναι το περιοδικό «ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ» το οποίο εκδίδεται από τον Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών Γραφείων (HATTA).

A.9.3 Άλλες πηγές πληροφόρησης

Επιπλέον, το διαδίκτυο (internet) είναι ένας άλλος χώρος όπου μπορούν να αναζητηθούν πληροφορίες γύρω από όλα τα θέματα του τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις ιστοσελίδες των κυριότερων φορέων του τουρισμού¹¹:

Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Ελλάδος (HATTA)

E-mail : hatta@hatta.gr

URL : <http://www.hatta.gr/>

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εργαζομένων στη ναυτιλία και Τουρισμό (ΠΑ.ΣΕ.Ν.Τ.)

E-mail : pasentat@otenet.gr

¹⁰ Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, www.gnto.gr

¹¹ Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, www.gnto.gr

A.10 Τυπικές ή θεσμικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος/ειδικότητας

A.10.1 Άδειες λειτουργίας

Στην Ελλάδα, οι tour operators λειτουργούν με άδεια Τουριστικού Γραφείου. Τα τουριστικά γραφεία είναι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες, σχετικά με τη μεταφορά και διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων (group), μέσα ή έξω από τη χώρα διαμονής τους. Χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις μικρές ή μεγάλες, που ενεργούν ως «γέφυρες» μεταξύ του προμηθευτή-πωλητή τουριστικών υπηρεσιών και του αγοραστή-πελάτη, οποίος επιθυμεί να ταξιδέψει για λόγους αναψυχής ή επαγγελματικούς¹². Οι υπηρεσίες που παρέχουν περιλαμβάνουν συνήθως:

- ❑ Το σχεδιασμό και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό, με ιδιότητα ή όχι μέσα μεταφοράς.
- ❑ Τη μεσολάβηση για τη διασφάλιση ή και ενοικίαση καταλύματος, σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- ❑ Τη μεσολάβηση για την έκδοση εισιτηρίων για κάθε μεταφορικό μέσο.
- ❑ Τη διοργάνωση ή τη διαμεσολάβηση για τη διοργάνωση συνεδρίων.
- ❑ Την παραλαβή και αποστολή αποσκευών αλλοδαπών ή ημεδαπών τουριστών.
- ❑ Την παροχή κάθε άλλης υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό, όπως η προβολή τουριστικών μονάδων, η διάθεση εισιτηρίων για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, κ.λ.π.

Για να λειτουργήσει ένα τουριστικό γραφείο πρέπει να εφοδιασθεί με Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, το οποίο χορηγείται με απόφαση του Προϊσταμένου της αρμόδιας ΠΥΤ του ΕΟΤ στην οποία έχει την έδρα του το Τουριστικό Γραφείο. Το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας χορηγείται σε όσους πληρούν τις προϋποθέσεις οι οποίες προβλέπονται από τις διατάξεις του Ν. 393/76 όπως τροποποιήθηκε με το Π.Δ. 288/91, το Ν.2160/93 (ΦΕΚ 118/Α/93) και Π.Δ. 313/25-9-2001. Ορισμένες από αυτές έχουν σχέση με το πρόσωπο του επιχειρηματία και άλλες έχουν σχέση με το χώρο εγκατάστασης της επιχείρησης.

A.10.2 Άδειες εργασίας

Δεν απαιτούνται

A.10.3 Άλλες προϋποθέσεις άσκησης επαγγέλματος ή/και ειδικότητας

Επειδή δεν υπάρχει ακόμα θεσμικό πλαίσιο, οι προϋποθέσεις ορίζονται βάσει των απαιτήσεων της αγοράς.

A.11 Τίτλοι και θέσεις-διαβαθμίσεις στην επαγγελματική ιεραρχία

A.11.1 Τίτλοι και θέσεις- διαβαθμίσεις επαγγελματικής ιεραρχίας

Η ιεραρχία στο επάγγελμα είναι συνυφασμένη με το εκπαιδευτικό επίπεδο και το χρονικό διάστημα προϋπηρεσίας. Παρατηρούνται συνήθως δύο βαθμίδες ιεραρχίας ως ακολούθως:

- ❑ Τα μεσαία στελέχη (Βοηθοί Διοργανωτών Τουριστικών Πακέτων)
- ❑ Τα ανώτερα στελέχη (Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων)

¹² Λεωνίδα Χυτήρης Σ., «Τουριστικά Γραφεία, Ίδρυση - Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995.

Επειδή οι παραπάνω δύο διαβαθμίσεις που παρατηρούνται στο συγκεκριμένο επάγγελμα δεν αποτελούν και ξεχωριστούς τίτλους εργασίας (π.χ. Διοργανωτής, Βοηθός Διοργανωτή κτλ), το περίγραμμο που αναπτύσσεται στην παρούσα αφορά μόνο στα μεσαία στελέχη (επίπεδου ιεραρχίας Β') – Διοργανωτές Τουριστικών Πακέτων, τα οποία υποστηρίζουν το σχεδιασμό, την οργάνωση, την προώθηση και την - μετά την πώληση - αξιολόγηση τουριστικών πακέτων και σε καμία περίπτωση δεν είναι τα αρμόδια ή υπεύθυνα για τις παραπάνω επαγγελματικές δραστηριότητες από μόνα τους.

A.12 Συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένων υγιεινής και ασφάλειας)

Οι συνθήκες εργασίας θα μπορούσαμε να πούμε γενικά ότι σε κάποια επίπεδα είναι καλές και σε άλλα δύσκολες. Είναι σίγουρο ότι ο/η επαγγελματίας εκτίθεται σε ορισμένες έντονες συνθήκες πίεσης που απορρέουν από την προσπάθεια συντονισμού πολλών ζητημάτων ταυτόχρονα και διάφορες άλλες καταστάσεις που έχουν να κάνουν με τη συνεχή παρουσία στον ίδιο (μικρό τις περισσότερες φορές) χώρο με πολλά άλλα άτομα. Σχηματικά θα μπορούσαμε να παραθέσουμε και τον ακόλουθο πίνακα:

Συνθήκες	Σπάνια	Τακτικά	Πολύ συχνά	Συνεχώς
Θόρυβος	☒			
Συνθήκες έντασης και πίεσης			☒	
Κίνδυνοι ατυχήματος	☒			
Ρύποι, οσμές σκόνη κ.λ.π	☒			
Χρήση επικίνδυνων ουσιών, υλικών	☒			
Ορθοστασία		☒		
Καθιστική εργασία			☒	
Χρήση βαριών μηχανημάτων	☒			
Έντονη μυϊκή προσπάθεια	☒			
Έντονη διανοητική προσπάθεια				☒
Μεταφορά ελαφρού φορτίου	☒			
Μεταφορά βαρέως φορτίου	☒			

A.13 Δυνατότητες απασχόλησης για άτομα με αναπηρίες

Γενικά οι απαιτήσεις του επαγγέλματος είναι πολύ ιδιαίτερες που κάνουν πολύ δύσκολη τη δυνατότητα απασχόλησης σε άτομα με κάποια αναπηρία. Η συνεχής κινητικότητα και η ανάγκη για πολύ καλή όραση είναι μερικά από τα στοιχεία που αναδεικνύουν αυτή την πλευρά της κατάστασης. Πάντως οι δυνατότητες απασχόλησης ατόμων με αναπηρία στον κλάδο (όπως και σε κάθε ένα) εξαρτώνται άμεσα από το ακριβές πεδίο δραστηριοποίησης και το είδος της αναπηρίας. Για παράδειγμα είναι προφανές ότι άτομα με κινητικές δυσκολίες στα πόδια δύσκολα να μπορέσουν να ασκήσουν το επάγγελμα. Επίσης η συνεχής κινητικότητα κάνει το όλο εγχείρημα δύσκολο και για άλλες περιπτώσεις ανθρώπων με πρόβλημα σε άλλα σημεία του σώματος. Παρόλες τις αντιξοότητες πάντως και με τις κατάλληλες προδιαγραφές στο χώρο και στην πρόσβαση, άτομα με μικρές δυσκολίες θα μπορούσαν να ασκήσουν κάποια ή όλα τα καθήκοντα του επαγγέλματος.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ Η/ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ – ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ»**Β.1 ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ, ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ**

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ		ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ
ΤΙΤΛΟΣ:		ΤΙΤΛΟΣ:	ΤΙΤΛΟΣ:
ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)		ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)	ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)
ΒΑΣΙΚΕΣ (ΚΕΛ)	ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου		
	ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά		
	ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου		
ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ (ΚΕΛ)			

Σχόλια για τα επίπεδα επαγγελματικής ιεραρχίας (όπου παρουσιάζονται):

Τα επίπεδα επαγγελματικής ιεραρχίας που παρατηρούνται συνήθως είναι δύο:

1. Ανώτερα στελέχη και

2. Μεσαία στελέχη

και είναι συνυφασμένα με το εκπαιδευτικό επίπεδο του επαγγελματία και την εργασιακή του εμπειρία (προϋπηρεσία).

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ:
ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΠΑΚΕΤΩΝ

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΚΕΛ)
[ΒΑΣΙΚΕΣ & ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ]

ΚΕΛ 1 (Β): Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου

ΚΕΛ 2 (Β): Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά

ΚΕΛ 3 (Β): Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	ΕΕ1.1.1: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια έρευνας αγοράς σχετικά με την παραγωγή νέου προϊόντος
		ΕΕ1.1.2: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τον προσδιορισμό της βασικής ιδέας
		ΕΕ1.1.3: Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή
	ΕΕΛ 1.2: Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕ1.2.1: Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές
		ΕΕ1.2.2: Συμμετέχει στην κοστολόγηση και τιμολόγηση του προϊόντος
		ΕΕ1.2.3: Επιλέγει, συνθέτει και οριστικοποιεί το πακέτο
	ΕΕΛ 1.3: Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	ΕΕ1.3.1: Επικοινωνεί με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας
		ΕΕ1.3.2: Συντάσσει συμβάσεις (χρησιμοποιώντας τυποποιημένα πλαίσια) και επιμελείται για την υπογραφή τους
		ΕΕ1.3.3: Φροντίζει για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών με τους προμηθευτές

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά	ΕΕΛ 2.1: Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	ΕΕ2.1.1: Συμμετέχει στην ομάδα λήψης αποφάσεων για το σχεδιασμό του διαφημιστικού φυλλαδίου
		ΕΕ2.1.2: Συντονίζει τις ενέργειες έκδοσης/εκτύπωσης της μπροσούρας
		ΕΕ2.1.3: Φροντίζει για τη διανομή της μπροσούρας στις αγορές στόχους του πακέτου
	ΕΕΛ 2.2: Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	ΕΕ2.2.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του μίγματος προώθησης του πακέτου
		ΕΕ2.2.2: Συμμετέχει στην επιλογή των ΜΜΕ στα οποία θα προβάλλει το πακέτο
		ΕΕ2.2.3: Συμμετέχει στο συντονισμό και στην παρακολούθηση των ενεργειών προώθησης του πακέτου
	ΕΕΛ 2.3: Υποστηρίζει τις πωλήσεις	ΕΕ2.3.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων
		ΕΕ2.3.2: Ενημερώνει τους πωλητές της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου
		ΕΕ2.3.3: Ενημερώνει τους μεταπωλητές (συνεργάτες) της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	ΕΕ3.1.1: Συμμετέχει στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών
		ΕΕ3.1.2: Διανέμει και συγκεντρώνει τα ερωτηματολόγια
		ΕΕ3.1.3: Επεξεργάζεται τα αποτελέσματα (ποσοτική έρευνα)
		ΕΕ3.1.4: Επικοινωνεί με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και ζητά πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)
	ΕΕΛ 3.2: Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	ΕΕ3.2.1: Συμβάλλει στην αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την υλοποίηση του πακέτου
		ΕΕ3.2.2: Λαμβάνει τα παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου
		ΕΕ3.2.3: Καταγράφει τα προβλήματα και παράπονα και τα διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος
	ΕΕΛ 3.3: Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	ΕΕ3.3.1: Συμμετέχει στη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους
		ΕΕ3.3.2: Συμμετέχει στη διαδικασία εξαγωγής συμπερασμάτων για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου
		ΕΕ3.3.3: Διατυπώνει προτάσεις σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του πακέτου

Β.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ, ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1: <i>Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου</i>	ΕΕ1.1.1: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια έρευνας αγοράς σχετικά με την παραγωγή νέου προϊόντος	Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια εκτεταμένης και με ακρίβεια έρευνας αγοράς η οποία αποσκοπεί στην ανεύρεση των αναγκών των καταναλωτών για την καλύτερη στοιχειοθέτηση και οργάνωση του τουριστικού πακέτου.	Στοιχεία από τα αποτελέσματα έρευνας αγοράς
		ΕΕ1.1.2: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τον προσδιορισμό της βασικής ιδέας	Προτείνει ιδέες για τη δημιουργία του νέου προϊόντος	1. Ταξιδιωτικοί οδηγοί 2. Διαδίκτυο
		ΕΕ1.1.3: Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή	Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή συμπεριλαμβάνοντας όλα τα συστατικά του στοιχεία: Τον Προορισμό, τα Μέσα Μεταφοράς (καθώς και τα κατάλληλα Δρομολόγια), τις Τουριστικές Υπηρεσίες & Δραστηριότητες στον Τόπο του Προορισμού και τον Ταξιδιωτικό Πράκτορα - Συνεργάτη του στον τόπο Προορισμού.	1. Πληροφοριακό υλικό σχετικά με τους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων 2. Πληροφοριακό υλικό σχετικά με τους κανονισμούς που διέπουν το ταξίδι (π.χ. έκδοση Διαβατηρίου, τουριστικής VISA, εμβόλια, συνάλλαγμα κ.ά.),

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
	ΕΕΛ 1.2: <i>Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου</i>	ΕΕ1.2.1: Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές	1. Επικοινωνεί με τους προμηθευτές και διαπραγματεύεται με υπομονή τους όρους και τις τιμές παροχής υπηρεσιών/προϊόντων 2. Συμφωνεί με σαφήνεια στους όρους και τις τιμές των προμηθευτών	1. Μέθοδοι επικοινωνίας και αλληλογραφίας (πχ. Τηλ., φαξ, e-mail) 2. Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων
		ΕΕ1.2.2: Συμμετέχει στην κοστολόγηση και τιμολόγηση του προϊόντος	1. Συνθέτει τα επιμέρους κόστη των στοιχείων του πακέτου και υπολογίζει το συνολικό μοναδιαίο κόστος 2. Υπολογίζει το περιθώριο κέρδους και τιμολογεί το μοναδιαίο κόστος του πακέτου	Βασικές αρχές οικονομικών μαθηματικών
		ΕΕ1.2.3: Επιλέγει, συνθέτει και οριστικοποιεί το πακέτο	Δημιουργεί το νέο τουριστικό πακέτο στην τελική του μορφή συμπεριλαμβάνοντας με ακρίβεια όλα τα επιμέρους στοιχεία του	Τεχνικές σύνθεσης τουριστικού πακέτου
	ΕΕΛ 1.3: <i>Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου</i>	ΕΕ1.3.1: Επικοινωνεί με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας	Επικοινωνεί άμεσα και με ευγένεια με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας	Μέσα επικοινωνίας (τηλ, φαξ, e-mail)
		ΕΕ1.3.2: Συντάσσει συμβάσεις (χρησιμοποιώντας τυποποιημένα πλαίσια) και επιμελείται για την υπογραφή τους	Συντάσσει με σαφήνεια και ακρίβεια τις συμβάσεις με τους προμηθευτές και επιμελείται για την υπογραφή τους (σε συνεργασία με τους αρμόδιους)	1. Νομική υποστήριξη 2. Υποδείγματα συμβάσεων

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
		ΕΕ1.3.3: Φροντίζει για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών με τους προμηθευτές	1. Ενημερώνει το οικονομικό τμήμα/ λογιστήριο για το περιεχόμενο των συμβάσεων σε σχέση με το οικονομικό σκέλος αυτών 2. Παρακολουθεί την εξέλιξη των πληρωμών προς τους προμηθευτές σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες	1. Συνθήκες αγοράς 2. Πολιτικές πληρωμών
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά	ΕΕΛ 2.1: Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	ΕΕ2.1.1: Συμμετέχει στην ομάδα λήψης αποφάσεων για το σχεδιασμό του διαφημιστικού φυλλαδίου	1. Ενημερώνει τους αρμόδιους για την ομάδα στόχο του πακέτου 2. Ενημερώνει για το μήνυμα που θέλει να μεταδώσει μέσω του φυλλαδίου	1. Τεχνικές τουριστικού μάρκετινγκ 2. Τεχνικές τουριστικής διαφήμισης
		ΕΕ2.1.2: Συντονίζει τις ενέργειες έκδοσης/εκτύπωσης της μπροσούρας	Παρακολουθεί την έκδοση του φυλλαδίου	Αρχείο διαφημιστικών εντύπων
		ΕΕ2.1.3: Φροντίζει για τη διανομή της μπροσούρας στις αγορές στόχους του πακέτου	Επιλέγει τους τρόπους, τα σημεία ενδιαφέροντος και τα μέσα διανομής για τη διανομή της μπροσούρας με σκοπό την ενημέρωση των αγορών στόχων του πακέτου	Είδη και μέσα διανομής (ταχυδρομείο, σημεία παρουσίας της εταιρίας, κέντρα επιρροής, τουριστικές εκθέσεις κτλ.)

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
	ΕΕΛ 2.2: <i>Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών</i>	ΕΕ2.2.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του μίγματος προώθησης του πακέτου	Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για: 1. Τον ακριβή προσδιορισμό της ομάδας - στόχου του πακέτου 2. Τον ακριβή προσδιορισμό του επιθυμητού αποτελέσματος από τις προωθητικές ενέργειες 3. Τη δημιουργία του μίγματος προώθησης με σαφήνεια και τον προσδιορισμό των δράσεων που πρέπει να υλοποιηθούν για την προώθηση του πακέτου στην αγορά	1. Τεχνικές τουριστικού μάρκετινγκ 2. Τεχνικές τουριστικής διαφήμισης 3. Τεχνικές δημοσίων σχέσεων στον τουρισμό
		ΕΕ2.2.2: Συμμετέχει στην επιλογή των ΜΜΕ στα οποία θα προβάλλει το πακέτο	Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για: 1. Την καταγραφή των τρόπων και είδη των ΜΜΕ στα οποία μπορεί να προβληθεί το νέο προϊόν 1. Την αξιολόγηση των τρόπων προώθησης καθώς και τα ΜΜΕ σε επίπεδο αποδοτικότητας (αναγνωσιμότητα, ακροαματικότητα, τηλεθέαση κτλ.) και σε επίπεδο χρεώσεων (τιμών) καταχωρήσεων 2. Την απόφαση για τους τρόπους, τα ΜΜΕ, το είδος και τη συχνότητα των καταχωρήσεων τις ακριβείς ημερομηνίες κτλ	1. Έντυπος (ημερήσιος, εβδομαδιαίος και περιοδικός) και ηλεκτρονικός τύπος 2. Εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων 3. Διαδικτυακοί χώροι

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
		ΕΕ2.2.3: Συμμετέχει στο συντονισμό και στην παρακολούθηση των ενεργειών προώθησης του πακέτου	1. Αναθέτει άμεσα ή έμμεσα την εργασία των καταχωρήσεων και λοιπών ενεργειών μετά από έγκριση υπευθύνων 2. Παρακολουθεί την πραγματοποίηση των ενεργειών προώθησης	1. Προδιαγραφές και είδη καταχωρήσεων σε ΜΜΕ 2. Τεχνικές τουριστικής προώθησης (δημόσιες σχέσεις, τουριστικές εκθέσεις κτλ.)
	ΕΕΛ 2.3: Υποστηρίζει τις πωλήσεις	ΕΕ2.3.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων	1. Προτείνει τα σημεία πώλησης του πακέτου δηλ. τους χώρους της άμεσης πώλησης ταξιδιών - πακέτων (π.χ. τα δίκτυα πρακτορείων κρατήσεων των ιδίων των Tour operator) όπως επίσης και τους χώρους έμμεσης πώλησης ταξιδιών-πακέτων (π.χ. πωλήσεις από τουριστικές επιχειρήσεις, μέσω σωματείων, ταξιδιωτικών clubs κτλ) 2. Προτείνει τις ενέργειες προώθησης των πωλήσεων (εκπτώσεις και προσφορές κατά εποχές, προσφορές, διαφορετικές τιμές για μεγάλες παραγγελίες κτλ.)	1. Συστήματα και διαδικασίες διάθεσης των τουριστικών πακέτων 2. Τεχνικές προώθησης πωλήσεων τουριστικών πακέτων

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
		ΕΕ2.3.2: Ενημερώνει τους πωλητές της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Πληροφορεί λεπτομερώς τα "σημεία ενεργοποίησης" του συστήματος διάθεσης και ιδιαίτερα των άμεσων πωλητών υπαλλήλων για την ποιότητα του προσφερόμενου πακέτου και την ιεράρχηση και τις προτεραιότητες στη διαδικασία επιχειρηματολογίας προς τον τουρίστα-καταναλωτή για την όσο το δυνατόν ταχύτερη πώληση του πακέτου	Διαφημιστικά φυλλάδια και ενημερωτικό και προωθητικό υλικό
		ΕΕ2.3.3: Ενημερώνει τους μεταπωλητές (συνεργάτες) της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Ενημερώνει και προωθεί διαφημιστικό υλικό στο δίκτυο εξωτερικών συνεργατών (γραφεία ταξιδίων, τουριστικές επιχειρήσεις κλπ.)	
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1: <i>Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών</i>	ΕΕ3.1.1: Συμμετέχει στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών	Καταγράφει με ακρίβεια τα είδη πληροφόρησης που θέλει να λάβει για την εκτίμηση της ικανοποίησης των πελατών	Μέθοδοι ποσοτικής έρευνας - σύνταξη ερωτηματολογίου

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
		ΕΕ3.1.2: Διανέμει και συγκεντρώνει τα ερωτηματολόγια	Επιλέγει τους τρόπους συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων από τους πελάτες	Μέθοδοι ποσοτικής έρευνας - μέθοδοι αποστολής, συμπλήρωσης και συλλογής ερωτηματολογίων
		ΕΕ3.1.3: Επεξεργάζεται τα αποτελέσματα (ποσοτική έρευνα)	Ποσοτική καταγραφή αποτελεσμάτων	Μέθοδοι ποσοτικής έρευνας - επεξεργασία αποτελεσμάτων έρευνας
		ΕΕ3.1.4: Επικοινωνεί με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και ζητά πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)	1. Επιλέγει το δείγμα πελατών με τους οποίους προτίθεται να επικοινωνήσει προσωπικά 2. Επικοινωνεί εμπιστευτικά με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και τους ζητά και με ευγένεια πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)	1. Μέθοδοι ποιοτικής έρευνας - μέθοδοι συνέντευξης 2. Μέσα επικοινωνίας (τηλ, φαξ, e-mail)
	ΕΕΛ 3.2: <i>Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών</i>	ΕΕ3.2.1: Συμβάλλει στην αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την υλοποίηση του πακέτου	1. Ενημερώνεται από το συνοδό της ομάδας για τα τυχόν προβλήματα που προκύπτουν κατά την υλοποίηση 2. Καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για την επίλυση του προβλήματος 3. Όταν απαιτείται απευθύνεται στο αρμόδιο πρόσωπο	1. Μέσα επικοινωνίας (τηλ, φαξ, e-mail) 2. Συμβάσεις (συμφωνηθέντες όροι) με τους πελάτες 3. Συμβάσεις (συμφωνηθέντες όροι) με τους προμηθευτές

ΚΥΡΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ
		ΕΕ3.2.2: Λαμβάνει τα παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου	1. Λαμβάνει με ευγένεια και υπομονή τυχόν παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου 2. Παρέχει διευκρινίσεις σχετικά με τα παράπονα 3. Όταν απαιτείται διευκολύνει την πρόσβαση του πελάτη στο αρμόδιο στέλεχος	1. Μέθοδοι αντιμετώπισης παραπόνων πελατών 2. Συμβάσεις (συμφωνηθέντες όροι) με τους πελάτες
		ΕΕ3.2.3 Καταγράφει τα προβλήματα και παράπονα και τα διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος	1. Καταγράφει αναλυτικά τα προβλήματα που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της εκδρομής 2. Καταγράφει αναλυτικά όλα τα παράπονα που δέχτηκε με την υλοποίηση της εκδρομής 3. Συντάσσει αναλυτική έκθεση και την διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος	Καταστάσεις / εκθέσεις προβλημάτων και παραπόνων
	ΕΕΛ 3.3: <i>Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου</i>	ΕΕ3.3.1: Συμμετέχει στη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους	Λαμβάνει πλήρη ενημέρωση από το τμήμα πωλήσεων σχετικά με τις πωλήσεις του πακέτου και συγκεντρώνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για τη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους	1. Καταστάσεις πωλήσεων 2. Η/Υ και λογισμικό
		ΕΕ3.3.2: Συμμετέχει στη διαδικασία εξαγωγής συμπερασμάτων για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου	Διατυπώνει εμπειρισττωμένα τα συμπεράσματά του για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου	Μέθοδοι λήψης αποφάσεων
		ΕΕ3.3.3: Διατυπώνει προτάσεις σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του πακέτου	Διατυπώνει υπεύθυνα και τεκμηριωμένα τις προτάσεις του για τη συνέχιση, ανανέωση, αλλαγή ή την ακύρωση της παραγωγής του πακέτου	Η/Υ και λογισμικό

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ»

Γ.1 ΓΝΩΣΕΙΣ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ISCED¹³ ΚΑΙ EQF¹⁴

	ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΙΤΛΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΤΙΤΛΟΣ:	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΙΤΛΟΣ:
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΟ ISCED	Κωδικός 3: (Ανώτερη) δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Λύκειο) Κωδικός 4: Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση, μη τριτοβάθμια εκπαίδευση (IEK)		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ			
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ 8 ΕΠΙΠΕΔΑ EQF	Επίπεδο 4		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ	Για το επίπεδο ιεραρχίας Α η ταξινόμηση γίνεται στο επίπεδο 5 του EQF.		

¹³ International Standard Classification of Education

¹⁴ European Qualifications Framework- Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων

ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΑΥΤΟΤΕΛΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΣΥΝΟΛΑ

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

ΚΥΡΙΕΣ & ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΚΕΛ 1:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ Ιστορία Γεωγραφία Βασικά Μαθηματικά	Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές Βασικές αρχές έρευνας αγοράς Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων Βασικές αρχές λογιστικής	Τουριστική Γεωγραφία Τουριστική Ψυχολογία Τουριστική Κοινωνιολογία Έρευνα Τουριστικής Αγοράς Χρήση Διαδικτύου Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού Τουριστική Νομοθεσία Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών - πελατών

ΕΕΛ 1.1:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ Ιστορία Γεωγραφία	Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές Βασικές αρχές έρευνας αγοράς Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Τουριστική Γεωγραφία Τουριστική Ψυχολογία Τουριστική Κοινωνιολογία Έρευνα Τουριστικής Αγοράς Χρήση Διαδικτύου Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού Τουριστική Νομοθεσία
ΕΕΛ 1.2:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά	Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Τουριστική Νομοθεσία Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού
ΕΕΛ 1.3:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων Βασικές αρχές λογιστικής	Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων Τουριστική νομοθεσία Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών - πελατών
ΚΕΛ 2:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ	Βασικές αρχές μάρκετινγκ Βασικές αρχές πωλήσεων	Τουριστική διαφήμιση Τουριστικό μάρκετινγκ Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών
ΕΕΛ 2.1:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστική διαφήμιση
ΕΕΛ 2.2:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕΛ 2.3:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων	Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών

ΚΕΛ 3:	Ελληνική Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών Βασικές αρχές οικονομίας	Τουριστικό μάρκετινγκ Χρήση λογισμικού Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης Τεχνικές λήψης αποφάσεων Χρήση λογισμικού
ΕΕΛ 3.1:	Ελληνική Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ Χρήση λογισμικού
ΕΕΛ 3.2:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών	Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών
ΕΕΛ 3.3:	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ Βασικά Μαθηματικά	Βασικές αρχές οικονομίας	Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης Τεχνικές λήψης αποφάσεων Χρήση λογισμικού

ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	Ιστορία Γεωγραφία Η/Υ Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές Βασικές αρχές έρευνας αγοράς Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Τουριστική Γεωγραφία Τουριστική Ψυχολογία Τουριστική Κοινωνιολογία Έρευνα Τουριστικής Αγοράς Χρήση Διαδικτύου Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού Τουριστική Νομοθεσία
	ΕΕ1.1.1: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια έρευνας αγοράς σχετικά με την παραγωγή νέου προϊόντος	Ελληνική Γλώσσα Ιστορία Γεωγραφία Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές	Τουριστική Γεωγραφία Τουριστική Ψυχολογία Τουριστική Κοινωνιολογία
	ΕΕ1.1.2: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τον προσδιορισμό της βασικής ιδέας	Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές έρευνας αγοράς	Έρευνα Τουριστικής Αγοράς Χρήση Διαδικτύου

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΕΕ1.1.3: Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού Τουριστική Νομοθεσία
ΕΕΛ 1.2: Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά	Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Τουριστική Νομοθεσία Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού
ΕΕ1.2.1: Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων	Τουριστική Νομοθεσία
ΕΕ1.2.2: Συμμετέχει στην κοστολόγηση και τιμολόγηση του προϊόντος	Ελληνική Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ	Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών
ΕΕ1.2.3: Επιλέγει, συνθέτει και οριστικοποιεί το πακέτο	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού Τουριστική Νομοθεσία

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
	ΕΕΛ 1.3: Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων Βασικές αρχές λογιστικής	Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων Τουριστική νομοθεσία Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών - πελατών
	ΕΕ1.3.1: Επικοινωνεί με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας	Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων
	ΕΕ1.3.2: Συντάσσει συμβάσεις (χρησιμοποιώντας τυποποιημένα πλαίσια) και επιμελείται για την υπογραφή τους	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων	Τουριστική νομοθεσία
	ΕΕ1.3.3: Φροντίζει για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών με τους προμηθευτές	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές λογιστικής	Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών - πελατών
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά	ΕΕΛ 2.1: Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστική διαφήμιση
	ΕΕ2.1.1: Συμμετέχει στην ομάδα λήψης αποφάσεων για το σχεδιασμό του διαφημιστικού φυλλαδίου	Ελληνική Γλώσσα Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστική διαφήμιση

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΕΕ2.1.2: Συντονίζει τις ενέργειες έκδοσης/εκτύπωσης της μπροσούρας	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστική διαφήμιση
ΕΕ2.1.3: Φροντίζει για τη διανομή της μπροσούρας στις αγορές στόχους του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστική διαφήμιση
ΕΕΛ 2.2: Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕ2.2.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του μίγματος προώθησης του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕ2.2.2: Συμμετέχει στην επιλογή των ΜΜΕ στα οποία θα προβάλλει το πακέτο	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕ2.2.3: Συμμετέχει στο συντονισμό και στην παρακολούθηση των ενεργειών προώθησης του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕΛ 2.3: Υποστηρίζει τις πωλήσεις	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων	Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
	ΕΕ2.3.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων	Ελληνική Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων	Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών
	ΕΕ2.3.2: Ενημερώνει τους πωλητές της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων	Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών
	ΕΕ2.3.3: Ενημερώνει τους μεταπωλητές (συνεργάτες) της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές πωλήσεων	Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	Ελληνική Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ Χρήση λογισμικού
	ΕΕ3.1.1: Συμμετέχει στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
	ΕΕ3.1.2: Διανέμει και συγκεντρώνει τα ερωτηματολόγια	Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
	ΕΕ3.1.3: Επεξεργάζεται τα αποτελέσματα (ποσοτική έρευνα)	Ελληνική Γλώσσα Βασικά Μαθηματικά Η/Υ Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ Χρήση λογισμικού

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΕΕ3.1.4: Επικοινωνεί με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και ζητά πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές μάρκετινγκ	Τουριστικό μάρκετινγκ
ΕΕΛ 3.2: Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών	Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών
ΕΕ3.2.1: Συμβάλλει στην αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την υλοποίηση του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα		Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων
ΕΕ3.2.2: Λαμβάνει τα παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών	Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών
ΕΕ3.2.3: Καταγράφει τα προβλήματα και παράπονα και τα διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα		
ΕΕΛ 3.3: Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα Η/Υ Βασικά Μαθηματικά	Βασικές αρχές οικονομίας	Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης Τεχνικές λήψης αποφάσεων Χρήση λογισμικού

ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ
ΕΕ3.3.1: Συμμετέχει στη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους	Βασικά Μαθηματικά Η/Υ	Βασικές αρχές οικονομίας	Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους Χρήση λογισμικού
ΕΕ3.3.2: Συμμετέχει στη διαδικασία εξαγωγής συμπερασμάτων για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές οικονομίας	Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης
ΕΕ3.3.3: Διατυπώνει προτάσεις σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα Ξένη Γλώσσα	Βασικές αρχές οικονομίας	Τεχνικές λήψης αποφάσεων

Γ.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ EQF

	ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΙΤΛΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΤΙΤΛΟΣ:	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΙΤΛΟΣ:
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ 8 ΕΠΙΠΕΔΑ EQF	Επίπεδο 4		
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ	<i>Για το επίπεδο ιεραρχίας Α η ταξινόμηση γίνεται στο επίπεδο 5 του EQF.</i>		

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΑΥΤΟΤΕΛΗ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΣΥΝΟΛΑ - ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ

ΒΑΣΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ		
ΚΥΡΙΕΣ & ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ (ΕΕΛ)	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
ΚΕΛ 1:	Επιλεκτική προσοχή Πρωτοτυπία Ταξινόμηση πληροφοριών Ταχύτητα περάτωσης Ευαισθησία προβλήματος Ικανότητες Επικοινωνίας Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Προφορική κατανόηση Γραπτή έκφραση	Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών Κοινωνική αντιληπτική ικανότητα Κριτική σκέψη Δεξιότητες Επικοινωνίας Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης Μαθηματική δεξιότητα Ανάλυση διαδικασιών Κρίση και λήψη απόφασης Αποτελεσματική Γραφή Διαχείριση οικονομικών πόρων
ΕΕΛ 1.1:	Επιλεκτική προσοχή Πρωτοτυπία Ταξινόμηση πληροφοριών Ταχύτητα περάτωσης Ευαισθησία προβλήματος	Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών Κοινωνική αντιληπτική ικανότητα Κριτική σκέψη
ΕΕΛ 1.2:	Ικανότητες Επικοινωνίας Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Ταξινόμηση πληροφοριών	Δεξιότητες Επικοινωνίας Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης Μαθηματική δεξιότητα Ανάλυση διαδικασιών Κρίση και λήψη απόφασης
ΕΕΛ 1.3:	Προφορική κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας Γραπτή έκφραση Ταξινόμηση πληροφοριών	Δεξιότητες Επικοινωνίας Αποτελεσματική Γραφή Διαχείριση οικονομικών πόρων
ΚΕΛ 2:	Απεικόνιση Κατανομή χρόνου Πρωτοτυπία Συνθετική σκέψη Ταξινόμηση πληροφοριών Ικανότητες Επικοινωνίας	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Συντονισμός Δεξιότητες Επικοινωνίας Καθοδήγηση

ΕΕΛ 2.1:	Απεικόνιση Κατανομή χρόνου	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Συντονισμός
ΕΕΛ 2.2:	Πρωτοτυπία Συνθετική σκέψη Κατανομή χρόνου	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Συντονισμός
ΕΕΛ 2.3:	Ταξινόμηση πληροφοριών Ικανότητες Επικοινωνίας	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Δεξιότητες Επικοινωνίας Καθοδήγηση
ΚΕΛ 3:	Γραπτή έκφραση Γραπτή κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή Συμπερασματική σκέψη Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Παραγωγικός συλλογισμός	Αποτελεσματική Γραφή Δεξιότητες Επικοινωνίας Ευελιξία Μαθηματική δεξιότητα Κρίση και λήψη απόφασης
ΕΕΛ 3.1:	Γραπτή έκφραση Γραπτή κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή	Αποτελεσματική Γραφή Δεξιότητες Επικοινωνίας
ΕΕΛ 3.2:	Συμπερασματική σκέψη Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή Γραπτή έκφραση	Ευελιξία Δεξιότητες Επικοινωνίας Αποτελεσματική Γραφή
ΕΕΛ 3.3:	Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Παραγωγικός συλλογισμός	Μαθηματική δεξιότητα Κρίση και λήψη απόφασης

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	Επιλεκτική προσοχή Πρωτοτυπία Ταξινόμηση πληροφοριών Ταχύτητα περάτωσης Ευαισθησία προβλήματος	Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών Κοινωνική αντιληπτική ικανότητα Κριτική σκέψη
	ΕΕ1.1.1: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τη διενέργεια έρευνας αγοράς σχετικά με την παραγωγή νέου προϊόντος	Επιλεκτική προσοχή Πρωτοτυπία	Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών
	ΕΕ1.1.2: Συνεργάζεται με τους αρμόδιους για τον προσδιορισμό της βασικής ιδέας	Ταξινόμηση πληροφοριών Ταχύτητα περάτωσης	Κοινωνική αντιληπτική ικανότητα
	ΕΕ1.1.3: Σχεδιάζει το πακέτο στην πρώτη του μορφή	Ευαισθησία προβλήματος	Κριτική σκέψη
	ΕΕΛ 1.2: Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	Ικανότητες Επικοινωνίας Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Ταξινόμηση πληροφοριών	Δεξιότητες Επικοινωνίας Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης Μαθηματική δεξιότητα Ανάλυση διαδικασιών Κρίση και λήψη απόφασης
	ΕΕ1.2.1: Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές	Ικανότητες Επικοινωνίας	Δεξιότητες Επικοινωνίας Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης
	ΕΕ1.2.2: Συμμετέχει στην κοστολόγηση και τιμολόγηση του προϊόντος	Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός	Μαθηματική δεξιότητα
	ΕΕ1.2.3: Επιλέγει, συνθέτει και οριστικοποιεί το πακέτο	Ταξινόμηση πληροφοριών	Ανάλυση διαδικασιών Κρίση και λήψη απόφασης

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
	ΕΕΛ 1.3: Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	Προφορική κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας Γραπτή έκφραση Ταξινόμηση πληροφοριών	Δεξιότητες Επικοινωνίας Αποτελεσματική Γραφή Διαχείριση οικονομικών πόρων
	ΕΕ1.3.1: Επικοινωνεί με τους προμηθευτές για την επικύρωση της συμφωνίας	Προφορική κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας	Δεξιότητες Επικοινωνίας
	ΕΕ1.3.2: Συντάσσει συμβάσεις (χρησιμοποιώντας τυποποιημένα πλαίσια) και επιμελείται για την υπογραφή τους	Γραπτή έκφραση	Αποτελεσματική Γραφή
	ΕΕ1.3.3: Φροντίζει για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών με τους προμηθευτές	Ταξινόμηση πληροφοριών	Διαχείριση οικονομικών πόρων
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά	ΕΕΛ 2.1: Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	Απεικόνιση Κατανομή χρόνου	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Συντονισμός
	ΕΕ2.1.1: Συμμετέχει στην ομάδα λήψης αποφάσεων για το σχεδιασμό του διαφημιστικού φυλλαδίου	Απεικόνιση	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα
	ΕΕ2.1.2: Συντονίζει τις ενέργειες έκδοσης/εκτύπωσης της μπροσούρας	Κατανομή χρόνου	Συντονισμός
	ΕΕ2.1.3: Φροντίζει για τη διανομή της μπροσούρας στις αγορές στόχους του πακέτου		
	ΕΕΛ 2.2: Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	Πρωτοτυπία Συνθετική σκέψη Κατανομή χρόνου	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Συντονισμός
	ΕΕ2.2.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του μίγματος προώθησης του πακέτου	Πρωτοτυπία	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα
	ΕΕ2.2.2: Συμμετέχει στην επιλογή των ΜΜΕ στα οποία θα προβάλλει το πακέτο	Συνθετική σκέψη	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
	ΕΕ2.2.3: Συμμετέχει στο συντονισμό και στην παρακολούθηση των ενεργειών προώθησης του πακέτου	Κατανομή χρόνου	Συντονισμός
	ΕΕΛ 2.3: Υποστηρίζει τις πωλήσεις	Ταξινόμηση πληροφοριών Ικανότητες Επικοινωνίας	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα Δεξιότητες Επικοινωνίας Καθοδήγηση
	ΕΕ2.3.1: Συμμετέχει στο σχεδιασμό του προγράμματος πωλήσεων	Ταξινόμηση πληροφοριών	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα
	ΕΕ2.3.2: Ενημερώνει τους πωλητές της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Ικανότητες Επικοινωνίας	Δεξιότητες Επικοινωνίας Καθοδήγηση
	ΕΕ2.3.3: Ενημερώνει τους μεταπωλητές (συνεργάτες) της επιχείρησης σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πακέτου	Ικανότητες Επικοινωνίας	Δεξιότητες Επικοινωνίας Καθοδήγηση
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1: Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	Γραπτή έκφραση Γραπτή κατανόηση Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή	Αποτελεσματική Γραφή Δεξιότητες Επικοινωνίας
	ΕΕ3.1.1: Συμμετέχει στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών	Γραπτή έκφραση	Αποτελεσματική Γραφή
	ΕΕ3.1.2: Διανέμει και συγκεντρώνει τα ερωτηματολόγια		
	ΕΕ3.1.3: Επεξεργάζεται τα αποτελέσματα (ποσοτική έρευνα)	Γραπτή κατανόηση	
	ΕΕ3.1.4: Επικοινωνεί με πελάτες που έχουν αγοράσει το πακέτο και ζητά πληροφόρηση σχετικά με το βαθμό ικανοποίησή τους (ποιοτική έρευνα)	Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή	Δεξιότητες Επικοινωνίας
	ΕΕΛ 3.2: Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	Συμπερασματική σκέψη Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή Γραπτή έκφραση	Ευελιξία Δεξιότητες Επικοινωνίας Αποτελεσματική Γραφή

	ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ (ΕΕ)	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
	ΕΕ3.2.1: Συμβάλλει στην αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την υλοποίηση του πακέτου	Συμπερασματική σκέψη	Ευελιξία
	ΕΕ3.2.2: Λαμβάνει τα παράπονα πελατών μετά την υλοποίηση του πακέτου	Ικανότητες Επικοινωνίας Ακουστική προσοχή	Δεξιότητες Επικοινωνίας
	ΕΕ3.2.3: Καταγράφει τα προβλήματα και παράπονα και τα διαβιβάζει στο αρμόδιο στέλεχος	Γραπτή έκφραση	Αποτελεσματική Γραφή
	ΕΕΛ 3.3: Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός Παραγωγικός συλλογισμός	Μαθηματική δεξιότητα Κρίση και λήψη απόφασης
	ΕΕ3.3.1: Συμμετέχει στη διενέργεια του απολογισμού κόστους - οφέλους	Αριθμητική ικανότητα Μαθηματικός συλλογισμός	Μαθηματική δεξιότητα
	ΕΕ3.3.2: Συμμετέχει στη διαδικασία εξαγωγής συμπερασμάτων για την αποδοτικότητα (ποιοτική και οικονομική) του πακέτου	Παραγωγικός συλλογισμός	Μαθηματική δεξιότητα
	ΕΕ3.3.3: Διατυπώνει προτάσεις σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του πακέτου	Παραγωγικός συλλογισμός	Κρίση και λήψη απόφασης

Επεξήγηση Δεξιοτήτων

- ❑ **Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών** – ενεργητική διερεύνηση τρόπων εξυπηρέτησης των καταναλωτών.
- ❑ **Δεξιότητες Επικοινωνίας** - να μιλά σε άλλους για να μεταβιβάσει τις πληροφορίες αποτελεσματικά.
- ❑ **Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης** – να διαπραγματεύεται αποτελεσματικά
- ❑ **Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα** – να γνωρίζει τις αντιδράσεις των άλλων και να κατανοεί γιατί αντιδρούν έτσι.
- ❑ **Συντονισμός** - ενέργειες ρύθμισης σε σχέση με άλλες τις ενέργειες.
- ❑ **Μαθηματική δεξιότητα** – να χρησιμοποιεί τα μαθηματικά για να λύνει προβλήματα.
- ❑ **Αποτελεσματική Γραφή** - να επικοινωνεί αποτελεσματικά εγγράφως ανάλογα με την περίπτωση και για τις ανάγκες του κοινού στόχου.
- ❑ **Κριτική σκέψη** – να χρησιμοποιεί τη λογική για να προσδιορίσει τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες των εναλλακτικών λύσεων, των συμπερασμάτων ή των προσεγγίσεων στα προβλήματα.
- ❑ **Κρίση και λήψη απόφασης** – να εξετάζει τα σχετικά κόστη και οφέλη των πιθανών ενεργειών και να επιλέγει τις καταλληλότερες.
- ❑ **Καθοδήγηση** – να διδάσκει άλλους πώς να κάνουν κάτι
- ❑ **Ανάλυση διαδικασιών** - να αναλύει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις προϊόντων έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα σχέδιο.
- ❑ **Διαχείριση οικονομικών πόρων** - να καθορίζει τον τρόπο που θα γίνονται οι δαπάνες για να γίνει μία εργασία και τη λογιστική διαδικασία για αυτές τις δαπάνες.
- ❑ **Ευελιξία** – να σκέφτεται και να ενεργεί χρησιμοποιώντας κάθε εναλλακτική λύση

Επεξήγηση Ικανοτήτων

- ❑ **Προφορική κατανόηση** - η δυνατότητα να ακούει και να γίνουν κατανοητές οι πληροφορίες και οι ιδέες που παρουσιάζονται μέσω των προφορικών λέξεων και των προτάσεων.
- ❑ **Ικανότητες Επικοινωνίας** - η δυνατότητα να μεταβιβάζει πληροφορίες και ιδέες στην ομιλία με τρόπο ώστε οι άλλοι να καταλαβαίνουν.
- ❑ **Γραπτή κατανόηση** - η δυνατότητα να διαβαστούν και να γίνουν κατανοητές οι πληροφορίες και οι ιδέες που παρουσιάζονται εγγράφως.
- ❑ **Ευαισθησία προβλήματος** - η δυνατότητα να αναγνωρίζει πότε κάτι είναι λάθος ή είναι πιθανό να πάει στραβά. Δεν περιλαμβάνει την επίλυση του προβλήματος, αλλά μόνο την αναγνώρισή του.
- ❑ **Ταξινόμηση πληροφοριών** - η δυνατότητα να τακτοποιηθούν τα πράγματα ή οι ενέργειες σε μια ορισμένη διάταξη ή ένα σχέδιο σύμφωνα με έναν συγκεκριμένο κανόνα ή το σύνολο κανόνων.
- ❑ **Επιλεκτική προσοχή** - η δυνατότητα να επικεντρωθεί σε έναν στόχο για μια χρονική περίοδο χωρίς να αποσπαστεί.
- ❑ **Παραγωγικός συλλογισμός** - η δυνατότητα να εφαρμοστούν οι γενικοί κανόνες στα συγκεκριμένα προβλήματα για να παραχθούν οι απαντήσεις που έχουν νόημα.
- ❑ **Αριθμητική ικανότητα** - η δυνατότητα να προσθέσει, να αφαιρέσει, να πολλαπλασιάσει, ή να διαιρέσει γρήγορα και σωστά.
- ❑ **Πρωτοτυπία** - η δυνατότητα να βρίσκει ασυνήθιστες ή έξυπνες ιδέες για ένα δεδομένο θέμα ή μια κατάσταση, ή να αναπτύσσει δημιουργικούς τρόπους για να λύσει ένα πρόβλημα.
- ❑ **Κατανομή χρόνου** - η δυνατότητα να μετατοπίζεται πέρα δώθε μεταξύ δύο ή περισσότερων δραστηριοτήτων ή πηγών πληροφορίας (όπως η ομιλία, οι ήχοι, η αφή, ή άλλες πηγές).
- ❑ **Γραπτή έκφραση** - η δυνατότητα να μεταβιβάζει πληροφορίες και ιδέες γραπτώς έτσι ώστε οι άλλοι να καταλαβαίνουν.
- ❑ **Μαθηματικός συλλογισμός** - η δυνατότητα να επιλέγει τις σωστές μαθηματικές μεθόδους ή οι τύπους για να λύσει ένα πρόβλημα.
- ❑ **Ακουστική προσοχή** - η δυνατότητα να εστιάσει σε μια ενιαία πηγή ήχου παρουσία άλλων αποσπώντων ήχων.
- ❑ **Απεικόνιση** - η δυνατότητα να φαντάζεται πως θα δείχνει κάτι εάν αλλάξει ή εάν αλλάξουν κάποια μέρη του μόνο.
- ❑ **Ταχύτητα της περάτωσης** - η δυνατότητα να βγάζει γρήγορα νόημα συνδυάζοντας και οργανώνοντας τις πληροφορίες σε σημαντικά σχέδια.
- ❑ **Συμπερασματική σκέψη** – η ικανότητα να εφαρμόζει γενικούς κανόνες σε συγκεκριμένα προβλήματα για να δώσει απαντήσεις που έχουν νόημα
- ❑ **Συνθετική σκέψη** – η ικανότητα να συνθέτει διαφορετικά στοιχεία και να καταλήγει σε ένα αποτέλεσμα

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ»

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται εναλλακτικές διαδρομές μάθησης κατά επάγγελμα και ειδικότητα.

Οι παρακάτω διαδρομές δείχνουν (με βάση τη σειρά που αναφέρονται) τις εναλλακτικές επιλογές ως προς τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα άσκησης του επαγγέλματος ή και της ειδικότητας.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:	ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΙΕΡΑΡΧΙΑΣ Β΄		
ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ	1 ^η Διαδρομή	Υποχρεωτική εκπαίδευση → ΤΕΕ Β΄ Κύκλου ή ΕΠΑΛ (συναφούς ειδικότητας) ή ισότιμοι τίτλοι → Προϋπηρεσία 2 ετών
	2 ^η Διαδρομή	Υποχρεωτική εκπαίδευση → Λύκειο → ΙΕΚ (Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου & Ειδικός Τουριστικού Πρακτορείου) → Προϋπηρεσία 6 μηνών (συμπεριλαμβανομένης της πρακτικής άσκησης του ΙΕΚ)
	3 ^η Διαδρομή	Υποχρεωτική εκπαίδευση → Λύκειο → ΣΕΚ 400 ΩΡΩΝ στην αντίστοιχη ειδικότητα (ΚΕΚ) → Προϋπηρεσία 2 ετών
	4 ^η Διαδρομή	Υποχρεωτική εκπαίδευση → ΕΠΑΣ (συναφούς ειδικότητας) ή ισότιμοι τίτλοι → Προϋπηρεσία 2 ετών

Σημείωση: Για την άσκηση του επαγγέλματος δεν απαιτούνται άδειες. Οι παραπάνω διαδρομές είναι ενδεικτικές και έχουν αντληθεί από τη συνήθη πρακτική που εφαρμόζεται στον συγκεκριμένο επαγγελματικό χώρο.

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε: «ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ»

Ε.1 ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1 Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Ιστορία	☒	☒						
		Γεωγραφία	☒	☒						
		Η/Υ	☒		☒					
		Βασικές αρχές Τουρισμού - Έννοιες, Δομές	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Βασικές αρχές έρευνας αγοράς	☒	☒		☒				
		Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	☒	☒						
		Τουριστική Γεωγραφία	☒	☒						
		Τουριστική Ψυχολογία	☒	☒						
		Τουριστική Κοινωνιολογία	☒	☒						
		Έρευνα Τουριστικής Αγοράς	☒	☒		☒				
		Χρήση Διαδικτύου	☒		☒					
		Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου	☒	☒		☒				
		Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού	☒			☒				
		Διαχείριση Εισερχόμενου - Εξερχόμενου Τουρισμού	☒					☒		

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΑΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
	ΕΕΛ 1.2 Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	Τουριστική Νομοθεσία	☒	☒						
		Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Βασικές αρχές διαπραγματεύσεων	☒	☒						
		Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ	☒	☒						
		Βασικές αρχές Τουριστικής Οικονομίας	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Βασικά Μαθηματικά	☒		☒	☒				
		Τουριστική Νομοθεσία	☒	☒						
		Σύγχρονες τεχνικές κοστολόγησης - τιμολόγησης τουριστικών υπηρεσιών	☒	☒						
		Σύνθεση Τουριστικού Πακέτου	☒	☒		☒				
		Σύγχρονες τεχνικές προγραμματισμού και εκτέλεσης ταξιδιού	☒			☒				
	ΕΕΛ 1.3 Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας	☒	☒						
		Βασικές αρχές δικαίου συμβάσεων	☒	☒						
		Βασικές αρχές λογιστικής	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
		Επιχειρησιακές Επικοινωνίες Τουριστικών Επιχ/σεων	☒	☒						
		Τουριστική νομοθεσία	☒	☒						
		Σύγχρονες τεχνικές τήρησης λογαριασμών προμηθευτών - πελατών	☒	☒						
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του τουριστικού πακέτου στην αγορά	ΕΕΛ 2.1 Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Η/Υ	☒		☒					
		Τουριστική διαφήμιση	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Βασικές αρχές μάρκετινγκ	☒	☒						
	ΕΕΛ 2.2 Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	Ελληνική Γλώσσα	☒	☒						
		Βασικές αρχές πωλήσεων και μάρκετινγκ	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Τουριστικό μάρκετινγκ	☒	☒						
	ΕΕΛ 2.3 Υποστηρίζει τις πωλήσεις	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Βασικές αρχές πωλήσεων	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων τουριστικών υπηρεσιών	☒	☒						

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1 Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Βασικά Μαθηματικά	☒		☒	☒				
		Η/Υ	☒		☒					
		Βασικές αρχές μάρκετινγκ	☒	☒						
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Τουριστικό μάρκετινγκ	☒	☒						
		Χρήση λογισμικού	☒							
	ΕΕΛ 3.2 Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Βασικές αρχές εξυπηρέτησης πελατών	☒		☒			☒		
		Τεχνικές αντιμετώπισης παραπόνων πελατών	☒		☒			☒		
		Τεχνικές επίλυσης προβλημάτων	☒		☒			☒		
	ΕΕΛ 3.3 Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	Ελληνική Γλώσσα	☒							
		Βασικά Μαθηματικά	☒		☒	☒				
		Βασικές αρχές οικονομίας	☒	☒	☒					
		Τεχνικές ανάλυσης κόστους οφέλους	☒	☒						
		Η/Υ	☒		☒					
		Ξένη Γλώσσα	☒	☒	☒					
		Τεχνικές αξιολόγησης απόδοσης	☒	☒						
		Τεχνικές λήψης αποφάσεων	☒	☒		☒				
		Χρήση λογισμικού	☒							

Ε.2 ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1 Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	Προσανατολισμός προς την παροχή υπηρεσιών						☒	☒	
		Κοινωνική αντιληπτική ικανότητα						☒	☒	
		Κριτική σκέψη				☒		☒	☒	
	ΕΕΛ 1.2 Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	Δεξιότητες Επικοινωνίας		☒			☒	☒		
		Δεξιότητες Διαπραγμάτευσης		☒			☒	☒		
		Μαθηματική δεξιότητα	☒		☒	☒				
		Ανάλυση διαδικασιών	☒			☒		☒	☒	
		Κρίση και λήψη απόφασης						☒	☒	
	ΕΕΛ 1.3 Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	Δεξιότητες Επικοινωνίας		☒			☒	☒		
		Αποτελεσματική Γραφή	☒				☒	☒	☒	
		Διαχείριση οικονομικών πόρων	☒			☒		☒	☒	
ΚΕΛ 2: Υποστηρίζει την προώθηση του	ΕΕΛ 2.1 Συμμετέχει στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα						☒	☒	
		Συντονισμός						☒	☒	
	ΕΕΛ 2.2 Συμμετέχει στην	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα						☒	☒	

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
	υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	Συντονισμός						☒	☒	
	ΕΕΛ 2.3 Υποστηρίζει τις πωλήσεις	Κοινωνική αντιληπτική δεξιότητα						☒	☒	
		Δεξιότητες Επικοινωνίας		☒			☒	☒		
		Καθοδήγηση						☒	☒	
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1 Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	Αποτελεσματική Γραφή	☒			☒				
		Δεξιότητες Επικοινωνίας		☒			☒	☒		
	ΕΕΛ 3.2 Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	Ευελιξία						☒		
		Δεξιότητες Επικοινωνίας		☒			☒	☒		
		Αποτελεσματική Γραφή	☒			☒				
	ΕΕΛ 3.3 Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	Μαθηματική δεξιότητα	☒		☒	☒				
		Κρίση και λήψη απόφασης	☒			☒		☒		

Ε.3 ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ¹⁵ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΑΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
ΚΕΛ 1: Υποστηρίζει το Σχεδιασμό και την Οργάνωση του τουριστικού πακέτου	ΕΕΛ 1.1 Συμμετέχει στο σχεδιασμό του τουριστικού πακέτου	Επιλεκτική προσοχή		☒			☒			Χρήση σταθμισμένων εργαλείων
		Πρωτοτυπία				☒	☒	☒		--- / ---
		Ταξινόμηση πληροφοριών	☒		☒	☒		☒		--- / ---
		Ταχύτητα περάτωσης						☒		--- / ---
		Ευαισθησία προβλήματος	☒			☒		☒		--- / ---
	ΕΕΛ 1.2 Συμμετέχει στην οργάνωση του τουριστικού πακέτου	Ικανότητες Επικοινωνίας		☒			☒			--- / ---
		Αριθμητική ικανότητα	☒		☒	☒		☒		--- / ---
		Μαθηματικός συλλογισμός	☒		☒	☒		☒		--- / ---
		Ταξινόμηση πληροφοριών	☒			☒				--- / ---
	ΕΕΛ 1.3 Διεκπεραιώνει τις διοικητικές διαδικασίες για τη δημιουργία του πακέτου	Προφορική κατανόηση		☒			☒			--- / ---
		Ικανότητες Επικοινωνίας		☒			☒			--- / ---
		Γραπτή έκφραση	☒			☒		☒		--- / ---
		Ταξινόμηση πληροφοριών	☒			☒				--- / ---
ΚΕ Λ	ΕΕΛ 2.1 Συμμετέχει	Απεικόνιση						☒		--- / ---

¹⁵ Ειδικά για τις ικανότητες διευκρινίζεται ότι η αξιολόγησή τους είναι ευαίσθητη διαδικασία και ότι μπορούν να εκτιμηθούν αποκλειστικά με την εφαρμογή σταθμισμένων και αξιόπιστων εργαλείων. Διεθνώς για το σκοπό αυτό έχουν αναπτυχθεί διάφορα ψυχομετρικά εργαλεία (τεστ ικανοτήτων). Ένα «τεστ ικανότητας» μετρά μία σχετικά ομοιογενή και σαφώς προσδιορισμένη ικανότητα. Τα «τεστ ειδικών ικανοτήτων» μετρούν μία μόνο συγκεκριμένη ικανότητα, ενώ οι «συστοιχίες πολλαπλών ικανοτήτων» καταλήγουν σε ένα ατομικό προφίλ, με ξεχωριστή βαθμολογία για έναν αριθμό ικανοτήτων. Ενδεικτικά τεστ ικανοτήτων είναι τα εξής: Differential Aptitude Test (DAT) και του General Aptitude Test Battery (GATB), Comprehensive Ability Battery (CAB), SRA Mechanical Aptitude, Minnesota Paper Form Board.

ΤΙΤΛΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ: ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΚΕΤΩΝ										
ΚΕΛ	ΕΕΛ	ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ							
			ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΠΡΟΦΟΡΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΤΕΣΤ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ	ΆΛΛΟ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΤΕ
	στη δημιουργία προωθητικού υλικού για το πακέτο	Κατανομή χρόνου						☒		--- / ---
	ΕΕΛ 2.2 Συμμετέχει στην υλοποίηση των προωθητικών ενεργειών	Πρωτοτυπία						☒		--- / ---
		Συνθετική σκέψη						☒		--- / ---
		Κατανομή χρόνου						☒		--- / ---
	ΕΕΛ 2.3 Υποστηρίζει τις πωλήσεις	Ταξινόμηση πληροφοριών	☒			☒				--- / ---
		Ικανότητες Επικοινωνίας		☒			☒			--- / ---
ΚΕΛ 3: Υποστηρίζει τις υπηρεσίες και διαδικασίες μετά την πώληση (after sales) του πακέτου	ΕΕΛ 3.1 Συμμετέχει στη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών	Γραπτή έκφραση	☒			☒				--- / ---
		Γραπτή κατανόηση	☒			☒				--- / ---
		Ικανότητες Επικοινωνίας		☒			☒			--- / ---
		Ακουστική προσοχή		☒			☒			--- / ---
	ΕΕΛ 3.2 Υποστηρίζει τη διαχείριση προβλημάτων και παραπόνων πελατών	Συμπερασματική σκέψη			☒			☒		--- / ---
		Ικανότητες Επικοινωνίας		☒			☒			--- / ---
		Γραπτή έκφραση	☒			☒		☒		--- / ---
		Ακουστική προσοχή		☒			☒			--- / ---
	ΕΕΛ 3.3 Συμμετέχει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την μελλοντική εξέλιξη του τουριστικού πακέτου	Αριθμητική ικανότητα	☒		☒	☒				--- / ---
		Μαθηματικός συλλογισμός	☒		☒	☒				--- / ---
		Παραγωγικός συλλογισμός	☒		☒	☒				--- / ---

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Λεωνίδας Χυτήρης Σ., «Τουριστικά Γραφεία, Ίδρυση - Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995.

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. Ελληνικό Αρχιτεκτονικό Περιοδικό - <http://www.akx.gr/12-04.asp>
2. «Τουριστικές τάσεις / εξέλιξη του κλάδου των τουριστικών γραφείων. Ποιοτικά χαρακτηριστικά των σύγχρονων Τουριστικών Γραφείων» - <http://www.always tourism.gr>
3. ICAP, Κλαδική μελέτη – «Τουριστικά – ταξιδιωτικά γραφεία», Αθήνα, 2004 - <http://www.icap.gr>
4. HATTA - <http://www.allways-tourism.gr>
5. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού - <http://www.gnto.gr>

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. Occupational Information Network - <http://online.onetcenter.org>. και <http://online.onetcenter.org/link/summary/39-5012.00>