

ΔΙΕΘΝΕΣ ΔΙΠΛΩΜΑ ΤΗΣ VELLUM ΓΙΑ ΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
«Vellum International Diploma in Travel and Tourism»

SYLLABUS

©Vellum Global Educational Services A.E. 2016

Έκδοση 1.0

Εξεταστέα Ύλη 2016





Πνευματικά Δικαιώματα

Το παρόν έγγραφο αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Vellum Global Educational Services A.E. και όλα τα δικαιώματα είναι κατοχυρωμένα και προστατευμένα από την Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία.

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή του σχετικού εγγράφου, είτε μέρους είτε όλου, χωρίς την έγγραφη έγκριση της Vellum Global Educational Services A.E.. Η διάθεσή του επιτρέπεται μόνο ως αυτούσιου και για ενημερωτικούς σκοπούς.

Αποκήρυξη Ευθυνών

Η Vellum Global Educational Services A.E. προετοιμάζοντας το παρόν σχήμα πιστοποίησης και διενεργώντας συστηματικούς ελέγχους ώστε να καλύπτει την εγκυρότητα του περιεχομένου του, καμία ευθύνη δεν φέρει για οποιαδήποτε ζημία προκύψει από την χρήση του παρόντος είτε κατά τμήμα είτε κατά όλο.

Το περιεχόμενο του παρόντος είναι δυνατόν να τροποποιηθεί ή καταργηθεί όποτε κριθεί απαραίτητο και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

Εξεταστέα Ύλη

Η εξεταστέα ύλη ανακοινώνεται στο δικτυακό τόπο της Vellum Global Educational Services A.E., www.cambridge-vellum.gr, ο οποίος είναι και ο μόνος που αναγνωρίζεται από την εταιρεία ως σημείο ενημέρωσης των ενδιαφερομένων.



Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ	4
2.1 Σκοπός.....	4
2.2 Ομάδα στόχος	4
2.3 Δομή του πιστοποιητικού.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ	7
3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης.....	7
3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης.....	7
3.3 Προτεινόμενη βιβλιογραφία	15
3.4 Δείγμα Πιστοποιητικού.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Διεθνές Δίπλωμα της Vellum για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό

Ο τουρισμός γνώρισε κατά τη διάρκεια των δεκαετιών συνεχή ανάπτυξη και έχει γίνει ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της οικονομίας στον κόσμο. Η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού αποτελεί σημαντικό οικονομικό δείκτη. Είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την οικονομική διέγερση. Ο τουρισμός είναι από τους μεγαλύτερους εργοδότες στις περισσότερες χώρες, αλλά και ένας βασικός κλάδος απασχόλησης εργατικού δυναμικού για τους νέους και τις γυναίκες (World Economic Forum, 2011). Σήμερα ο όγκος των επιχειρήσεων του τουρισμού είναι ίσος ή μεγαλύτερος από αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, των προϊόντων διατροφής ή των αυτοκινήτων. Αποτελεί κύρια πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες και είναι ίσως ο σπουδαιότερος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Ο τουριστικός τομέας συμβάλλει στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος στις περισσότερες χώρες της υφελίου, τόσο από πλευράς δημιουργίας εισοδήματος, όσο και από πλευράς αύξησης της απασχόλησης και των επενδύσεων.

Ο τουρισμός υπολογίζεται ότι θα δημιουργήσει τουλάχιστον 220.000 θέσεις εργασίας - τις περισσότερες από κάθε άλλο κλάδο- μέσα στην επόμενη 10ετία (έρευνα ΣΕΒ - McKinsey).

Το αρνητικό στοιχείο της «εποχικότητας» υπάρχουν πιθανότητες να ξεπεραστεί, καθώς βασικός στόχος της ακολουθούμενης πολιτικής είναι να διευρυνθεί η σεζόν και να διαφοροποιηθεί το προϊόν (ιατρικός, θρησκευτικός τουρισμός, αγροτουρισμός κ.λπ). Η ανάπτυξη έχει ήδη ξεκινήσει σε έναν κλάδο ο οποίος είναι «εντάσεως εργασίας». Δηλαδή, όσο αυξάνει η ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, τόσο περισσότερες είναι και οι θέσεις που δημιουργούνται.

Το πιστοποιητικό Vellum International Diploma in Travel and Tourism (Διεθνές Δίπλωμα της Vellum για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό) πιστοποιεί γνώσεις και δεξιότητες στον κλάδο του Τουρισμού και συγκεκριμένα πιστοποιεί κατάρτιση σε βασικές δεξιότητες που απαιτούνται στον χώρο της τουριστικής βιομηχανίας, όπως είναι οι κανόνες συμπεριφοράς και εμφάνισης, η εξυπηρέτηση πελατών, η διαχείριση παραπόνων, η τηλεφωνική επικοινωνία, κ.ά..

Η εξεταστέα ύλη και οι εξετάσεις διατίθενται στα Ελληνικά. Οι εξετάσεις είναι σχεδιασμένες ώστε να δίνουν στους υποψήφιους τη δυνατότητα να δείξουν ότι μπορούν να εφαρμόσουν τις δεξιότητες που προσδιορίζονται στην εξεταστέα ύλη.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ

2.1 Σκοπός

Σκοπός του πιστοποιητικού είναι να αξιολογήσει τις γνώσεις ενός υποψηφίου σε βασικές έννοιες της τουριστικής βιομηχανίας, του τουριστικού management και marketing και σε δεξιότητες που αφορούν στη διαχείριση παραπόνων, την επικοινωνία, τις πωλήσεις και την εξυπηρέτηση των πελατών.

2.2 Ομάδα στόχος

Το πρόγραμμα επαγγελματικής πιστοποίησης στον Τουρισμό αφορά όλους τους εργαζόμενους στον κλάδο του Τουρισμού και σε όσους θέλουν να εργαστούν σε αυτόν.

Συμμετοχή στο πρόγραμμα κατάρτισης μπορούν να δηλώσουν οι πτυχιούχοι Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (και κολλεγίων) ή απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με τουλάχιστον 4ετή εμπειρία ως εργαζόμενοι στον Τουριστικό τομέα, που είναι κάτοχοι πιστοποιητικού καλής γνώσης μιας τουλάχιστον γλώσσας της Ε.Ε. (εκτός της Ελληνικής).

Το πρόγραμμα είναι ιδανικό για ιδιοκτήτες μικρών και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων, ιδιοκτήτες τουριστικών γραφείων, αυτοαπασχολούμενους στον τουριστικό τομέα και εργαζόμενους ή δυνητικά εργαζόμενους στον τομέα της υποδοχής, της οργάνωσης, των κρατήσεων και της εξυπηρέτησης πελατών τουριστικών επιχειρήσεων.

Παράλληλα είναι κατάλληλο για πτυχιούχους του οικονομικού κλάδου, ως πρόγραμμα μεταπτυχιακής εξειδίκευσης σε θέματα τουριστικής οικονομίας, τουριστικού management και marketing.

2.3 Δομή του πιστοποιητικού

Οι ενότητες που διατίθενται στο πιστοποιητικό “Vellum International Diploma in Travel and Tourism” είναι οι παρακάτω :

Ενότητα εφαρμογής	Κατάσταση	Διάρκεια
Εισαγωγή στον τουρισμό	Βασική ενότητα	60 λεπτά θεωρητική εξέταση
Κανόνες συμπεριφοράς	Βασική ενότητα	
Εξυπηρέτηση πελατών	Βασική ενότητα	
Εκπαίδευση υποδοχής	Βασική ενότητα	
Διαχείριση παραπόνων	Βασική ενότητα	
Τηλεφωνική επικοινωνία	Βασική ενότητα	
Κρατήσεις	Βασική ενότητα	
Έκδοση εισιτηρίων	Βασική ενότητα	
Τεχνικές αύξησης πωλήσεων	Βασική ενότητα	
Οργάνωση Συνεδρίων & Εκθέσεων	Βασική ενότητα	
Ηλεκτρονικό Εμπόριο	Βασική ενότητα	

Για τα πάρει το πιστοποιητικό ο υποψήφιος θα πρέπει να επιτύχει στην εξεταστική διαδικασία πιστοποίησης, με ποσοστό επιτυχίας 70%. Επισημαίνεται πως σε περίπτωση αποτυχίας, ο κάθε υποψήφιος έχει δικαίωμα επανάληψης της εξεταστικής διαδικασίας.

Στις περιπτώσεις υποψηφίων με αναπηρία και ειδικές εκπαιδευτικές ανάγκες, όπως κάποιες από αυτές αναφέρονται στο Ν.3699/2008 (ΦΕΚ 199Α), η εξέταση διεξάγεται κατά περίπτωση όπως περιγράφεται πιο κάτω.

Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει:

1. Να ενημερώσει έγκαιρα το εξεταστικό κέντρο, για να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες ως προς τον ειδικό εξοπλισμό που ίσως χρειαστεί να προμηθευτεί, για τον δεύτερο επιτηρητή που θα πρέπει να ορισθεί, καθώς και για την εύρεση ή τον ορισμό του κατάλληλου ατόμου που θα λειτουργήσει ως βοηθός/γραφέας, ο οποίος δεν θα πρέπει να είναι ο καθηγητής του τμήματος.
2. Να προσκομίσει βεβαίωση που χορηγείται με γνωμάτευση Υγειονομικής Επιτροπής ή από Κρατικό Νοσηλευτικό Ίδρυμα ή από το αναγνωρισμένο από το Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων Ιατροπαιδαγωγικό Κέντρο, στην οποία πρέπει να αναγράφεται η πάθηση.

Συγκεκριμένα οι μαθητές:

α. που έχουν σοβαρά προβλήματα ακοής (κωφοί, βαρήκοοι) σε ποσοστό 67% και πάνω εξετάζονται κανονικά με την παρουσία ατόμου που γνωρίζει τη νοηματική μέθοδο για την παροχή οδηγιών και διευκρινήσεων προς τον εξεταζόμενο.

β. που έχουν αδυναμία αντίληψης των χρωμάτων, όλες οι ερωτήσεις που αφορούν σε χρώματα, αναφέρονται και ονομαστικά στο ζητούμενο χρώμα. Για την ορθή απάντηση στην αντίστοιχη ερώτηση οι εξεταζόμενοι επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν τις ετικέτες των χρωμάτων που εμφανίζονται στα αντίστοιχα μενού.

γ.1 που είναι τυφλοί, σύμφωνα με το ν.958/79 (ΦΕΚ 191 Α) ή έχουν ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67% ή είναι αμβλύωπες με ποσοστό αναπηρίας στην όρασή τους τουλάχιστον 67%, ή

γ.2 έχουν κινητική αναπηρία τουλάχιστον 67% μόνιμη ή προσωρινή που συνδέεται με τα άνω άκρα, ή

γ.3 πάσχουν από σπαστικότητα των άνω άκρων, ή

γ.4 πάσχουν από κάταγμα ή άλλη προσωρινή βλάβη των άνω άκρων που καθιστά αδύνατη τη χρήση τους για γραφή, ή

γ.5 παρουσιάζουν ειδικές μαθησιακές δυσκολίες όπως δυσλεξία, δυσγραφία, δυσαριθμησία, δυσαναγνωσία, δυσορθογραφία και

γ.6 παρουσιάζουν το φάσμα αυτισμού,

εξετάζονται σε ξεχωριστή αίθουσα με τη βοήθεια βοηθού/γραφέα. Ο βοηθός γραφέας διαβάζει τις ερωτήσεις και πληκτρολογεί τις απαντήσεις του εξεταζόμενου.

Σημείωση: Οι μαθητές της περίπτωσης γ.1 αν δεν υπάρχει εγκατεστημένο ειδικό λογισμικό (Screen magnification software) μπορούν να χρησιμοποιήσουν επίσης από τα Βοηθήματα των Windows τον Μεγεθυντικό φακό.

Σε όλους του μαθητές παρέχεται επιπλέον χρόνος εξέτασης 30 λεπτών και αν χρειαστεί μικρό διάλειμμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΤΕΑΣ ΥΛΗΣ

3.1 Αντικείμενα αξιολόγησης και κριτήρια απόδοσης

Ακολουθούν λεπτομέρειες για τις εξεταζόμενες ενότητες.

Για κάθε ενότητα, προσδιορίζονται τα σχετικά Αντικείμενα αξιολόγησης και παρατίθενται οι Δεξιότητες που θα εξεταστούν.

Τα αντικείμενα Αξιολόγησης προσδιορίζουν τις συγκεκριμένες δεξιότητες που οι υποψήφιοι πρέπει να επιδείξουν για να επιτύχουν σε αυτή την ενότητα.

Για να προετοιμαστούν πλήρως για τις εξετάσεις, οι υποψήφιοι πρέπει να μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης. Κατά την εξεταστική διαδικασία όμως, μπορεί να μην εξεταστούν απευθείας όλα τα Αντικείμενα Αξιολόγησης.

Οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν βασικές γνώσεις χειρισμού του πληκτρολογίου και του ποντικιού του υπολογιστή, καθώς η εξεταστική διαδικασία διεξάγεται με την χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή.

Σημαντική σημείωση: Όπως περιγράφεται στην αρχή των ξεχωριστών ενότητων, από τους υποψηφίους ζητείται να γνωρίζουν και να εκτελούν όλα τα αντικείμενα αξιολόγησης από την εξεταστέα ύλη. Οι υποψήφιοι καλούνται να αξιολογηθούν σε μία εξεταστική ώρα, σε όλες τις ενότητες εφαρμογής.

3.2 Περιεχόμενα εξεταστέας ύλης

Ενότητα 1^η: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στην εισαγωγική αυτή ενότητα θα εξεταστούν βασικές έννοιες, όπως τι είναι τουρισμός, γιατί ταξιδεύουμε, θα αναλυθούν οι μορφές τουρισμού, το πώς ο τουρισμός αποτελεί κλειδί στην ανάπτυξη και την ευημερία παγκοσμίως, αλλά και στην Ελλάδα, καθώς και οι βασικοί φορείς του τουρισμού. Συγκεκριμένα:

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
1.1 Ορίζοντας τον «Τουρισμό»	1.1 τι είναι τουρισμός
1.2 Γιατί ταξιδεύουμε;	1.2.1 είδη τουρισμού 1.2.2 Το τουριστικό σύστημα
1.3 Παγκόσμια Μεγέθη Τουρισμού	1.3.1 Τουρισμός – το κλειδί στην ανάπτυξη και την Ευημερία 1,3,2 μεγέθη παγκόσμιου τουρισμού και ΑΕΠ 1.3.3 άμεση και έμμεση οικονομική συμβολή του τουρισμού

1.4 Τουρισμός και Ελλάδα	1.4.1 Κατηγορίες Τουρδιστικών Προϊόντων 1.4.2 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 1.4.3 Global Review Index (Γενικός δείκτης ικανοποίησης πελατών) Ελληνικών και Διεθνώς Ανταγωνιστικών Προορισμών
1.5 Οι φορείς του Τουρισμού	1.5.1 Διεθνής Τουριστικοί Οργανισμοί 1.5.2 Φορείς του Ελληνικού Τουρισμού

Ενότητα 2^η: ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σε αυτή την ενότητα αναφέρονται κάποιες ενδεικτικές οδηγίες, οι οποίες χρησιμοποιούνται στην πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων. Στόχος της συγκεκριμένης ενότητας είναι να κατανοήσουν οι συμμετέχοντες τη σπουδαιότητα της εμφάνισης και συμπεριφοράς των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις, ως τα άτομα που έρχονται σε συνεχή επαφή με τους πελάτες και αποτελούν επομένως τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων που απασχολούνται.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Γνώσεις/ δεξιότητες/ Ικανότητες
2.1 Εμφάνιση Εργαζομένου	2.1 Εμφάνιση Εργαζομένου
2.2 Κανονισμός για τη συμπεριφορά των εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις	2.2 Κανονισμός για τη συμπεριφορά των εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις
2.3 Σοβαρά πειθαρχικά παραπτώματα	2.3 Σοβαρά πειθαρχικά παραπτώματα
2.4 Πειθαρχικά μέτρα	2.4 Πειθαρχικά μέτρα
2.5 Εμφάνιση και υγιεινή στο χώρο εργασίας	2.5 Εμφάνιση και υγιεινή στο χώρο εργασίας
2.6 Οι στόχοι της ύπαρξης του κώδικα	2.6 Οι στόχοι της ύπαρξης του κώδικα
2.7 Εκπροσωπώντας την επιχείρηση	2.7 Εκπροσωπώντας την επιχείρηση

Ενότητα 3^η: ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η συγκεκριμένη ενότητα αφορά στην κατανόηση της έννοιας της εξυπηρέτησης πελατών, όπως αυτή πρέπει να πραγματοποιείται στο πλαίσιο των τουριστικών επιχειρήσεων και των ιδιομορφιών που εντοπίζονται στις τουριστικές υπηρεσίες. Αναφέρεται σε πρακτικές και εφαρμόσιμες λύσεις που μπορούν να βοηθήσουν τους εργαζομένους του τουριστικού κλάδου στην παροχή ποιοτικής εξυπηρέτησης.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Γνώσεις/ δεξιότητες/ Ικανότητες
3.1 Εισαγωγικές Έννοιες	3.1 Εισαγωγικές Έννοιες
3.2 Τάσεις στο χώρο του τουρισμού	3.2 Τάσεις στο χώρο του τουρισμού
3.3 Εξυπηρέτηση Πελατών-Στρατηγική & Παραδείγματα	3.3 Εξυπηρέτηση Πελατών-Στρατηγική & Παραδείγματα
3.4 Τύποι Πελατών	3.4 Τύποι Πελατών

3.5 Ποιότητα Υπηρεσιών- Στοιχεία & Παραδείγματα	3.5 Ποιότητα Υπηρεσιών- Στοιχεία & Παραδείγματα
3.6 Το Τρίγωνο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	3.6 Το Τρίγωνο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
3.7 Υπηρεσίες-Ο ιδανικός εργαζόμενος	3.7 Υπηρεσίες-Ο ιδανικός εργαζόμενος
3.8 Επίλογος Συμπεράσματα	3.8 Επίλογος Συμπεράσματα

Ενότητα 4^η: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΥΠΟΔΟΧΗΣ

Σε αυτή την ενότητα αναφέρονται βασικές έννοιες που αφορούν αρχικά στην οργάνωση του τμήματος υποδοχής ή front office. Αναλύονται τα έξι αυτά τμήματα, υποδοχής, κρατήσεων, θυρωρείου, τηλεφωνείου, ταμείου και guest relations, τα οποία προσφέρουν διαφοροποιημένο έργο το καθένα. Στο σύνολό τους όμως ονομάζονται «τμήμα υποδοχής». Στη συνέχεια αναλύονται τα καθήκοντα των υπαλλήλων τους τμήματος της υποδοχής, καθώς επίσης και η βασική ορολογία που αφορά στα δωμάτια και τις κρατήσεις των ξενοδοχείων και ολοκληρώνεται με το κεφάλαιο που αναφέρεται στην εκπαίδευση του προσωπικού.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Γνώσεις/ δεξιότητες/ Ικανότητες
4.1 Το τμήμα Υποδοχής (Front Office)	4.1 Το τμήμα Υποδοχής (Front Office)
4.1.α Βασική δομή – ιεραρχία	4.1.α Βασική δομή – ιεραρχία Καθήκοντα προϊσταμένου Καθήκοντα υπαλλήλου υποδοχής
4.1.β Δωμάτια	4.1.β Δωμάτια Κατάσταση δωματίων Τιμές δωματίων Κρατήσεις δωματίων
4.1.γ Τύποι κρατήσεων	4.1.γ Τύποι κρατήσεων Εγγυημένες κρατήσεις Μη εγγυημένες κρατήσεις Διαδικτυακές-online κρατήσεις Πλάνο κρατήσεων Πολιτική overbooking

4.1.δ Αφίξεις (c/in) και Αναχωρήσεις (c/out) Πελατών	4.1.δ Αφίξεις (c/in) και Αναχωρήσεις (c/out) Πελατών Η μεταφορά του πελάτη από την υποδοχή στο δωμάτιο Expressc/out. (Γρήγορη αναχώρηση) Ταμείο Πιστωτικές Κάρτες Νυκτερινή Υπηρεσία (NightAudit)
4.2 Θυρωρείο	4.2 Θυρωρείο Καθήκοντα του υπαλλήλου θυρωρείου Καθήκοντα θυρωρού (doorman):
4.3 Τηλεφωνικό κέντρο	4.3 Τηλεφωνικό κέντρο
4.4 Τμήμα guest relations	4.4 Τμήμα guest relations Διαχείριση παραπόνων Πηγές παραπόνων Στάδια διαχείρισης παραπόνων.
4.5 Εκπαίδευση Προσωπικού	4.5 Εκπαίδευση Προσωπικού Η υποκίνηση του προσωπικού

Ενότητα 5^η: ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ – ΑΝΑΚΤΗΣΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Η πέμπτη ενότητα είναι η ενότητα που αφορά στη διαχείριση των παραπόνων και την ανάκτηση της εξυπηρέτησης. Η διαχείριση παραπόνων είναι ένα σημαντικό κομμάτι τόσο όλων των επιχειρήσεων και ειδικότερα των τουριστικών επιχειρήσεων. Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθούν οι έννοιες που σχετίζονται με την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, την ικανοποίηση πελατών και τους τρόπους διαχείρισης παραπόνων.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
5.1 Εισαγωγικές Έννοιες	5.1 Εισαγωγικές Έννοιες
5.2 Ποιότητα-Ικανοποίηση-Πιστότητα	Σχέση Ικανοποίησης Πελάτη & Αφοσίωσης-Πιστότητας Ενσυναίσθηση (Empathy) – Φροντίδα, Ενδιαφέρον
5.3 Ποιος είναι ο Πιστός Πελάτης;	
5.4 Πηγές και Διαχείριση παραπόνων	5.4.1 Η εξυπηρέτηση και το TripAdvisor 5.4.2 Πηγές και Διαχείριση Παραπόνων Συνέπειες της Ικανοποίησης και της Δυσαρέσκειας των Πελατών 5.4.3 Τα λάθη που εντοπίζουν οι μυστικοί πελάτες: 5.4.4 Προσδοκώμενο Επίπεδο Υπηρεσιών

5.5 Οι στιγμές ΕΠΑΦΗΣ: Όταν ο Πελάτης “συναντά” την Επιχείρηση.	5.5.1 «Η Συνάντηση» 5.5.2 The Service Encounter- Επίσκεψη σε ένα Εστιατόριο 5.5.3 Αναγνώριση Κρίσιμων Περιστατικών: Ζητήματα προς Διερεύνηση 5.5.4 Η αντίδραση του Υπαλλήλου σε Ανεπάρκεια του συστήματος Διανομής
5.6 Το Παράπονο	5.6.1 Πώς θα διαχειριστείτε τα παράπονα 5.6.2 Στρατηγική Διαχείρισης Παραπόνων 5.7 Ανάκτηση εξυπηρέτησης (Επανόρθωση): Στρατηγικές

Ενότητα 6^η: ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η ενότητα αυτή αφορά στην επικοινωνία και ειδικότερα στην τηλεφωνική επικοινωνία, καθώς όλα τα στελέχη και οι εργαζόμενοι περνάν ένα μεγάλο μέρος της ημέρας τους επικοινωνώντας με διάφορα μέσα. Θα αναλυθεί η έννοια της επικοινωνίας και κυρίως η τέχνη της ακρόασης ώστε να μελετηθεί η τηλεφωνική επικοινωνία καθώς το τηλέφωνο εξακολουθεί να είναι το πιο δημοφιλές μέσο επικοινωνίας.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
6.1 Η σπουδαιότητα της επικοινωνίας	6.1.1 Τι είναι η επικοινωνία- Ορισμός 6.1.2 Κατανοώντας την επικοινωνία 6.1.3 Μοντέλο Επικοινωνίας
6.2 Η Τέχνη της Ακρόασης	6.2.1 10 συνηθισμένα σφάλματα ακρόασης 6.2.2 Τα πλεονεκτήματα ενός καλού ακροατή μέσα στον χώρο εργασίας
6.3 Τηλεφωνική Επικοινωνία	6.3.1 Η ιστορία του τηλεφώνου 6.3.2 Τηλεφωνική επικοινωνία VS Επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο 6.3.3 Βασικοί κανόνες τηλεφωνικής επικοινωνίας 6.3.4 Τηλεφωνώντας

Ενότητα 7^η: ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παρουσίαση των συστημάτων κρατήσεων και των παγκόσμιων συστημάτων διανομής αρχικά μέσα από μια ιστορική αναδρομή και στη συνέχεια μέσα από μια πιο αναλυτική περιγραφή. Επίσης, παρουσιάζονται αναλυτικά τα διαφορετικά συστήματα κρατήσεων και παραδείγματα αυτών στη διεθνή και την ελληνική αγορά.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
7.1. Συστήματα κρατήσεων	7.1.1 Ιστορική αναδρομή στα συστήματα κρατήσεων 7.1.2 Computer Reservation Systems

	(C.R.S.) 7.1.3 Από τα C.R.S. στα G.D.S. 7.1.4 Global Distribution Systems (G.D.S.) 7.1.4.1 Amadeus 7.1.4.2 Galileo 7.1.4.3 Sabre 7.1.4.4 Worldspan 7.1.5 Hotel Distribution Systems (H.D.S.) 7.1.6 Internet Distribution Systems (I.D.S.) 7.1.7 Online συστήματα υποστήριξης κρατήσεων 7.1.7.2 WebHotelier
7.2. Κρατήσεις ξενοδοχείων	7.2.1 Βασικές έννοιες στις ξενοδοχειακές κρατήσεις 7.2.2 Βασικές λειτουργίες των πληροφορικών συστημάτων ξενοδοχείων 7.2.2.1 Βασικές λειτουργίες Front Office 7.2.2.2 Εσωτερικές λειτουργίες (Back Office)
7.3. PMS στη διεθνή και την ελληνική αγορά	7.3.1 Protel 7.3.2 Opera 7.3.3 Fidelio 7.3.4 Epitome.NET 7.3.5 Hotel Galaxy 7.3.6 FILOS 7.3.7 Ερμής 7.3.8 Hotel Master 7.3.9 Filoxenia 7.3.10 Hotel Manager 7.3.11 Abacus 7.3.12 Αλέξανδρος 7.6.13 Hotel Works
7.4. Revenue και Yield Management	7.4.1 Revenue Management 7.4.2 Yield Management

Ενότητα 8^η: ΕΚΔΟΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Το κεφάλαιο αυτό αφορά στην εισαγωγή των συστημάτων κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων. Παρουσιάζονται οι έννοιες των CRS και GDS, καθώς επίσης και τα κριτήρια επιλογής ενός GDS και οι βασικές τους λειτουργίες. Αναλύονται οι βασικές έννοιες της έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων. Αναφέρονται οι πιο συνηθισμένοι όροι της διαδικασίας, παρουσιάζονται και ερμηνεύονται τα κύρια μέρη του αεροπορικού εισιτηρίου, καθώς και οι βασικές λειτουργίες των αεροπορικών κρατήσεων.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
8.1. Συστήματα κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων	8.1.1 Ιστορική αναδρομή στα συστήματα κρατήσεων και έκδοσης εισιτηρίων 8.1.2 Computer Reservation Systems (C.R.S) 8.1.3 Από τα C.R.S. στα G.D.S.

	8.1.4 Βασικές λειτουργίες των Συστημάτων Ηλεκτρονικών 8.1.5 Κριτήρια επιλογής CRS-GDS
8.2 Έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων	8.2.1 Κρατήσεις σε αεροπορικές εταιρείες 8.2.2 Βασικοί όροι 8.2.3 Διάρθρωση της υδρογείου σε γεωγραφικές περιοχές σύμφωνα με την I.A.T.A. 8.2.4 Υπολογισμός της τοπικής ώρας με βάση την ώρα Greenwich 8.2.5 Είδη αεροπορικών ταξιδιών 8.2.6 Το αεροπορικό εισιτήριο 8.2.7 Βασικές λειτουργίες των αεροπορικών κρατήσεων 8.2.8 Δημιουργία κράτησης / PNR (Passenger Name Record) / BF (Booking File) 8.2.9 Εύρεση τιμών και κοστολόγηση κράτησης 8.2.10 Αναμονή των κρατήσεων προς διεκπεραίωση 8.2.11 Έκδοση μηχανογραφημένου εισιτηρίου 8.2.12 Εντολή έκδοσης προπληρωμένου εισιτηρίου / PTA (Prepaid Ticket Advice) 8.2.13 Μηχανογραφημένο TIM (Travel Information Manual)
8.3 Software	8.3.1 Amadeus 8.3.2 Galileo International 8.3.3 Sabre 8.3.4 Worldspan
8.4. Έκδοση εισιτηρίων σε ακτοπλοϊκές εταιρείες	8.4. Έκδοση εισιτηρίων σε ακτοπλοϊκές εταιρείες

Ενότητα 9^η: ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν αρχικά οι καταναλωτικές συνήθειες όπως έχουν διαμορφωθεί με τις τελευταίες εξελίξεις της τεχνολογίας και οι προσδοκίες των πελατών. Στη συνέχεια θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά του καλού πωλητή και θα δοθούν συμβουλές για την πραγματοποίηση επιτυχημένων πωλήσεων καθώς επίσης και τεχνικές που χρησιμοποιούνται στις πωλήσεις γενικότερα.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Γνώσεις/ δεξιότητες/ Ικανότητες
9.1 Καταναλωτικές συνήθειες	9.1 Καταναλωτικές συνήθειες
9.2 Συνδυασμός του θέλω του πελάτη με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας	9.2 Συνδυασμός του θέλω του πελάτη με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας
9.3 Χαρακτηριστικά του καλού πωλητή	9.3 Χαρακτηριστικά του καλού πωλητή
9.4 Χρήσιμα tips για να πετύχετε στις πωλήσεις	9.4 Χρήσιμα tips για να πετύχετε στις πωλήσεις
9.5 Upselling – Cross selling – Suggestive selling	9.5.1 Upselling 9.5.2 Cross-selling 9.5.3 Suggestive selling

9.6 Χρήσιμες συμβουλές για την καλύτερη εφαρμογή των τεχνικών πωλήσεων (Do's and Don'ts)	9.6 Χρήσιμες συμβουλές για την καλύτερη εφαρμογή των τεχνικών πωλήσεων (Do's and Don'ts)
9.7 Τεχνικές πωλήσεων	9.7 Τεχνικές πωλήσεων

Ενότητα 10^η: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται ο επαγγελματικός τουρισμός, αναφέρονται οι βασικότερες κατηγορίες επαγγελματικών ταξιδιών με τα χαρακτηριστικά τους, σημειώνονται τα οφέλη για τον τόπο προορισμού από τον επαγγελματικό τουρισμό, καθώς επίσης αναφέρονται και τα βασικότερα χαρακτηριστικά των επαγγελματικά μετακινούμενων ομάδων.

Αντικείμενα Αξιολόγησης	Γνώσεις/ Δεξιότητες/ Ικανότητες
10.1 Έννοια του Επαγγελματικού Τουρισμού	10.1.1 Κατηγορίες του Επαγγελματικού Τουρισμού 10.1.2 Χαρακτηριστικά μετακινούμενων επαγγελματικών ομάδων 10.1.3 Οφέλη των προορισμών του επαγγελματικού τουρισμού
10.2. Συνεδριακός Τουρισμός	10.2.1 Γενικά 10.2.2 Ορολογία και Ορισμοί του Συνεδριακού Τουρισμού 10.2.3 Τύποι Συνεδρίων
10.3. Οργάνωση & Ειδικά Χαρακτηριστικά των Συνεδρίων	10.3.1 Η διοργάνωση του συνεδρίου 10.3.2 Ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων 10.3.3 Τα οφέλη των προορισμών του συνεδριακού τουρισμού 10.3.4 Το προφίλ του συνεδριακού τουρίστα
10.4. Τα Εμπλεκόμενα Μέρη στην Οργάνωση ενός Συνεδρίου	10.4.1 Οι Διοργανωτές Συνεδρίων 10.4.2 Οι προμηθευτές των συνεδρίων 10.4.3 Οι αγοραστές των συνεδρίων
10.5. Προγραμματισμός, Διεξαγωγή & Λήξη Συνεδρίων	10.5.1 Φάση προετοιμασίας συνεδρίων 10.5.2 Φάση διεξαγωγής του συνεδρίου 10.5.3 Φάση μετά τη λήξη του συνεδρίου
10.6. Χώροι & Εξοπλισμός Συνεδρίων	
10.7. Άλλες Υπηρεσίες στην Οργάνωση Συνεδρίων	10.7.1 Υπηρεσίες διαμονής και ξενοδοχειακές υπηρεσίες 10.7.1.1 Η ανάληψη της διοργάνωσης του συνεδρίου 10.7.1.2 Η υπογραφή της συμφωνίας 10.7.1.3 Η υλοποίηση του συνεδρίου 10.7.2 Υπηρεσίες επισιτισμού 10.7.3 Ψυχαγωγία συνέδρων και συνοδών
10.8. Οι Ανθρώπινοι Πόροι στην Οργάνωση	

νωση των Συνεδρίων	
10.9. Εκθεσιακός Τουρισμός	10.9.1 Ιστορική αναδρομή 10.9.2 Αίτια και Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εκθεσιακού Τουρισμού 10.9.3 Είδη των Εκθέσεων 10.9.4 Οφέλη προορισμών του εκθεσιακού τουρισμού
10.10 Διοργάνωση Εκθέσεων	10.10.1 Τα εμπλεκόμενα μέρη του εκθεσιακού τουρισμού 10.10.2 Η διαδικασία της διοργάνωσης της έκθεσης

Ενότητα 11^η: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι εφαρμογές του σε διάφορους κλάδους, όπως και στον τουρισμό. Αποτελεί ένα καινούργιο παρακλάδι του μάρκετινγκ το οποίο χρησιμοποιεί καινοτόμες εφαρμογές που συμβαδίζουν με τις ταχύτερες τεχνολογικές εξελίξεις και ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν βασικές αρχές Μάρκετινγκ, οι αρχές του ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ, καθώς και εισαγωγικές έννοιες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Αντικείμενα αξιολόγησης	Γνώσεις/ δεξιότητες/ Ικανότητες
11.1 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ	11.1 Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
11.2 Αρχές Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ	11.2 Αρχές Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ
11.3 Εισαγωγικές Έννοιες Ηλεκτρονικού Εμπορίου	11.3 Εισαγωγικές Έννοιες Ηλεκτρονικού Εμπορίου
11.4 Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνίας στον Τουρισμό	11.4 Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνίας στον Τουρισμό

3.3 Προτεινόμενη βιβλιογραφία

Blue Mountains International Hotel Management School – Hospitality, Tips for workers in Hotels, Australia.

Buhalis, D. (2003) eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. London: Pearson.

Commonwealth of Australia (2012) Develop and update hospitality industry knowledge.

Hagel, J. & Armstrong, A. (1997) Net gain: expanding markets through virtual communities. Boston: Harvard Business School Press.

Hughes, G. & Fill, C. (2007) Redefining the Nature and Format of the Marketing Communications Mix. The Marketing Review, 7 (1), pp. 45-57.

Increase Hotel and B&B Revenue by Cross-selling and Up-selling, 2012.

Institute of Hotel Management, Admission Process & Students Guidelines, Grooming and Hygiene.

- Kalakota, R. & Robinson, M. (1999) E-Business: the road map to success, Addison Wesley.
- Kalakota, R. (1998) E-Commerce, a managers' guide, Addison Wesley.
- Kane, N. (2013), Cross-Selling and Upselling: Do your customers a favor.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012) Principles of Marketing, 14th edn, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laudon, K. & Laudon, J. (2000) Essentials of management Information Systems. Prentice Hall.
- Mylan (2013) Κώδικας επιχειρηματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας, Παγκόσμια συμμόρφωση.
- O' Connor, P. (1999) Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality. CABI International.
- Poon, A. (1988) Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford C. A.
- Schiffman, S. (2005), Upselling Techniques, Adams Media, Canada.
- Simpson, M., Sales and Marketing, Cross-Selling and Upselling: The 5 Dos and Don'ts of Personalizing the Online Booking Experience.
- Vodafone (2012), Code of Conduct
- Αιγινίτης, Ν. (1929) Γενικά Αρχαία Τουριστικής Επιστήμης, Αθήνα
- Βελισσαρίου, Ε. (2000) Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Βιτουλαδίτη, Ο. (2000) Εγχειρίδιο Μελέτης του Βιβλίου Marketing in Travel and Tourism. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Γασπαρινάτος, Σ. και Μαζαράκη –Αλεξιάδη, Ε. (2003) Οργάνωση Τουριστικών Πακέτων, Μεταφορικά μέσα, προορισμοί τουριστικών πακέτων. Αθήνα: Ελλην.
- Δρόσου, Μ., Φιοράκη, Μ., Θεοδώρου, Α. (2008) Λειτουργίες ξενοδοχειακών μονάδων. Αθήνα : Ο.Ε.Δ.Β.
- Ζαχαράτος, Γ. (1999) Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών. Πάτρα : ΕΑΠ.
- Ζαχαράτος, Γ. και Τσάρτας, Π. (1999) Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης. Πάτρα : ΕΑΠ.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1991) Τουριστική Οικονομία. Τόμος Α. Αθήνα: Interbooks

Ηγουμενάκης, Ν. και -Κραβαρίτης, Κ. και Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.

Καλιφιώτης, Σ. (1976) Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού. Αθήνα: Τυροβολάς.

Καπίκη –Πιβελοπούλου, Τ. (2004) Υπηρεσία Υποδοχής. Αθήνα: Interbooks

Κολτσιδόπουλος, Γ και Hudman, L. και Jackson, R. (2001) Τουριστική Γεωγραφία. Ελληνική και Παγκόσμια. Αθήνα: Έλλην.

Κολτσιδόπουλος, Γ. (2005) Τουρισμός ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ. 2Η έκδοση, Περιστέρι: Έλλην.

Κραβαρίτης, Κ. «Επαγγελματικός Τουρισμός».

Λαγός, Δ. & Λιαργκόβας, Π. (2003) Τουριστική Οικονομία. Αθήνα: Ο.Ε.Δ.Β.

Λαγός, Δ. (2005) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ. Αθήνα: Κριτική ΑΕ

Μοίρα, Π. (2001) Τουριστική Γεωγραφία. Αφρική Αμερική Ωκεανία. (2001) Αθήνα: εκδόσεις Σταμούλης.

Μοίρα, Π. (2003) Κοινωνιολογία και Ψυχολογία του Τουρισμού. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

Μοίρα, Π. (2009) Θρησκευτικός Τουρισμός. Αθήνα: Interbooks

Ρίγγας, Χ. (2003) Αειφορία και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Ηράκλειο: ΑΤΕΙ Κρήτης.

Σιμόπουλος, Κ. (1994) Ξένοι Ταξιδιώτες στην Ελλάδα 330 μ.Χ. – 1700, τόμος Α΄, Αθήνα: Στάχυ.

Σταυρούση, Δ., Παπακοσμά, Π (2010) Υποδοχή και εξυπηρέτηση πελατών από διεθνείς ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας, ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκη.

Σφακιανάκης, Μ. (2000) Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Περιστέρι :Έλλην

Τσάρτας, Π. (1996) Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό. Αθήνα: Εξάντας

Χρήστου, Ε. (1999) Ερευνα τουριστικής αγοράς. Αθήνα: Interbooks.



Διαδίκτυο

<http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2408/PAPAKOSMA.pdf?sequence=1>

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6ZTe9hGGUxIJ:www.petousis-cosmetics.com/usefull/marketing/parapona-pelatwn.html+&cd=7&hl=en&ct=clnk&gl=gr>

<http://www.grhotels.gr/Documents/sxeseis.pdf>

<http://www.mediterranean-palace.gr/>

<http://www.mintour.gov.gr>

<http://www.nline.gr/598/>

<http://www.marketinggreece.com/>

<http://new.insete.gr/>

<http://sete.gr>

<http://www.grhotels.gr/GR/Pages/default.aspx>



3.4 Δείγμα Πιστοποιητικού



Certificate Title Τίτλος Πιστοποιητικού:

Vellum International Diploma in Travel and Tourism Διεθνές Δίπλωμα της Vellum για τα ταξίδια και τον Τουρισμό

This is to Certify that: Με το παρόν πιστοποιείται ότι ο/η:

Charilaos Nikolaos Heleni Paradeigmata
Χάριλαος Νικολάου Ελένης Παράδειγμα
(First name, Father's Name, Mother's Name, Last Name - Όνομα, Πατρώνυμο, Μητρώνυμο, Επώνυμο)

At examination center Στο εξεταστικό κέντρο:

Has succeeded in the following modules: Έχει επιτύχει στις παρακάτω ενότητες:

- | | |
|---|---|
| 1. Introduction to Tourism | 1. Εισαγωγή στον Τουρισμό |
| 2. Rules of conduct and appearance in tourism | 2. Κανόνες συμπεριφοράς και εμφάνισης στον τουρισμό |
| 3. Host Training | 3. Εκπαίδευση υποδοχής |
| 4. Customer service | 4. Εξυπηρέτηση πελατών |
| 5. Management of complaints | 5. Διαχείριση παραπόνων |
| 6. Telecommunications | 6. Τηλεφωνική επικοινωνία |
| 7. Reservations | 7. Κρατήσεις |
| 8. Ticketing | 8. Έκδοση εισιτηρίων |
| 9. Technical sales growth | 9. Τεχνικές αύξησης πωλήσεων |
| 10. Organization Conference & Exhibition | 10. Οργάνωση Συνεδρίων & Εκθέσεων |
| 11. Electronic Commerce in Tourism | 11. Ηλεκτρονικό Εμπόριο στον Τουρισμό |

Unique Candidate Identification Μοναδικός Κωδικός Υποψηφίου: **GR0012016897**

Certificate Serial Number A/A Πιστοποιητικού: **9698**

Issue Date Ημερομηνία Έκδοσης: **15/5/2016**

Authentication QR Code
Κωδικός Γνησιότητας QR




Nikolaos V. Takis C.E.O. VELLUM
Νικόλαος Β. Τάκης Διευθ. Σύμβουλος VELLUM



Η εγκυρότητα του πιστοποιητικού μπορεί να επιβεβαιωθεί και στην επίσημη ιστοσελίδα της Vellum: <http://www.cambridgevellum.gr>