

INSEGNAMENTO: Digital marketing per il turismo (SECS-P/08 – CFU: 8)

DOCENTE: Letizia Lo Presti (letizia.lopresti@unitelmasapienza.it)

TUTOR: Generoso Branca (generoso.branca@unitelmasapienza.it)

1. CONOSCENZE E COMPETENZE DA ACQUISIRE

Il corso di Digital Marketing per il turismo ha lo scopo di formare quelli che intendono intraprendere carriere gestionali e direttive nel settore del turismo e dell'ospitalità, dando la possibilità di approfondire la progettazione e la gestione delle imprese turistiche, delle destinazioni e dei prodotti turistici nel contesto del social media marketing.

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche di funzionamento del digital marketing nel settore turistico e di analizzare i principali problemi connesse alla pianificazione, gestione e misurazione di piani di marketing digitale. Gli studenti, inoltre, saranno in grado di riconoscere come orientarsi nell'uso delle componenti del social media marketing. Il corso, proseguendo il modulo di marketing turistico intende consolidare le seguenti conoscenze e competenze in ambito digitale:

1. **Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):** gli studenti conseguiranno conoscenze e capacità di comprensione del digital marketing e saranno in grado di avanzare le conoscenze dei principi di marketing turistico attraverso l'acquisizione di una terminologia e un lessico tecnico-scientifico adeguato.
2. **Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding):** gli studenti saranno in grado di applicare le conoscenze e le loro capacità di comprensione in modo da dimostrare abilità nel saper gestire situazioni anche in contesti problematici e complessi e saranno in grado di possedere quelle competenze per ideare e sostenere argomentazioni e giungere a soluzioni digitali nel campo del settore turistico e dell'ospitalità.
3. **Autonomia di giudizio (making judgements):** gli studenti saranno in grado di interpretare i dati di mercato ritenuti utili per generare giudizi autonomi e saranno in grado sviluppare analisi critica per la formulazione di giudizi ai fini del decision making in relazione alle peculiari problematiche di gestione delle decisioni più appropriate per realizzare efficaci campagne di social media marketing.
1. **Abilità comunicative (communication skills):** gli studenti acquisiranno capacità relazionali e di comunicazione necessarie per la gestione dei rapporti con i principali stakeholder interni ed esterni alle imprese e alle destinazioni turistiche, capacità di comunicare anche con proprietà di linguaggio su problematiche di carattere tecnico.
4. **Capacità di apprendere (learning skills):** gli studenti conseguiranno capacità dinamiche di sviluppo delle conoscenze di digital marketing turistico per la gestione degli spazi social anche in contesti ad alta complessità che gli consentiranno di intraprendere, eventualmente, studi di livello superiore.

2. PROGRAMMA / CONTENUTI

1. Il turismo 2.0
2. Travel motivation concept e travel decision
3. La gestione 2.0 della destinazione
4. Destination digital identity
5. Il piano di digital marketing turistico
6. La comunicazione 2.0 nel turismo
7. Content marketing
8. Blog e Blogger
9. Lo storytelling turistico
10. Il modello ZMOT
11. Web marketing ed e-mail marketing
12. Viral marketing e raccomandazioni
13. Social media marketing strategy
14. Il posizionamento sui motori di ricerca
15. Business listing e Instant booking
16. Web analytics come monitorare i risultati raggiunti
17. Gestione della reputazione online
18. Ruolo delle brand community

- | |
|--|
| 19. Revenue management
20. Mobile marketing |
|--|

3. TESTI DI STUDIO

Ejarque Josep, Social Media Marketing per il turismo. Come costruire il marketing 2.0 e gestire la reputazione della destinazione. Hoepli 2015
--

4. METODO, STRATEGIE E STRUMENTI DIDATTICI

Il corso prevede sia attività di didattica erogativa sia di didattica interattiva. La didattica erogativa si basa su video-lezioni che presentano i principali argomenti del programma. Sono previsti anche webinar con contenuti tematici di approfondimento. La didattica interattiva è organizzata per e-tivity con esercitazioni e attività di problem solving su casi studio in videoconferenza o attraverso forum domanda/risposta che offrono agli studenti la possibilità di mettere in pratica quello che è stato spiegato durante il corso e interagire con il docente e con il tutor.
--

5. PROVE DI VERIFICA DELLE CONOSCENZE ACQUISITE E/O AUTOVALUTAZIONE

Saranno inseriti per ciascun argomento del corso test di autovalutazione nella pagina web relativa all'insegnamento

6. MODALITÀ DI VALUTAZIONE FINALE DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione in sede di esame sarà effettuata attraverso una prova orale che prevede domande aperte attinenti al programma del corso. Saranno tenute in considerazione le attività interattive svolte dallo studente durante il periodo di preparazione che saranno oggetto di discussione durante la seduta d'esame
--

7. MODALITÀ E CONTESTI DI APPLICAZIONE PROFESSIONALE DELLE CONOSCENZE ACQUISITE

Le conoscenze acquisite nell'insegnamento di Digital Marketing per il Turismo offrono una preparazione approfondita nell'ambito della gestione delle strategie e delle leve del marketing mix e integrano le conoscenze provenienti dalla matrice degli studi economico-aziendali. Tali conoscenze acquisite possono trovare applicazione per attività di consulenza aziendale come consulente esperto di marketing turistico e consulente in analisi delle risorse culturali per il turismo.

8. NOTE (EVENTUALI)

Agli studenti saranno fornite dispense e materiale di approfondimento inerenti agli argomenti trattati durante il corso.
--