

INSEGNAMENTO: Marketing turistico (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 Marketing turistico 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.

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di comprendere le dinamiche di funzionamento del settore turistico e di analizzare i principali problematiche ad esse collegate così come questi si pongono all'interno delle diverse destinazioni. Gli studenti, inoltre, sapranno orientarsi nell'uso degli strumenti di marketing operativo oltre a quelli di marketing strategico anche in contesti complessi e di natura digitale conoscendo la terminologia ed i metodi utilizzati dall'analisi economica e dal marketing. Il corso, proseguendo il modulo di marketing intende consolidare le seguenti conoscenze e competenze in ambito turistico:

1. **Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):** gli studenti conseguiranno conoscenze e capacità di comprensione del marketing della destinazione, del marketing delle imprese turistiche e del ruolo assunto dagli organi pubblici per le strategie di tourism destination management e saranno in grado di avanzare le conoscenze dei principi di marketing 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 acquisite in maniera 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 nell'ambito 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 imprese turistiche e delle destinazioni.
4. **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
5. **Capacità di apprendere (learning skills):** gli studenti conseguiranno capacità dinamiche di sviluppo delle conoscenze di marketing turistico sulla gestione dell'imprese turistiche e delle destinazioni in contesti ad elevata complessità.

2. PROGRAMMA / CONTENUTI

1. Definizione di marketing del turismo
2. Il marketing nel settore dell'ospitalità
3. I servizi nel marketing del turismo
4. Il ruolo del marketing nella pianificazione strategica
5. L'ambiente di marketing
6. I sistemi informativi di marketing
7. Tipologie di turisti e comportamento del turista
8. Segmentazione del mercato e posizionamento
9. Prezzi psicologici e strategie di prezzo
10. Prodotto turistico
11. Canali distributivi
12. Mix promozionali e strategie di comunicazione
13. Passaparola, social media e recensioni dei clienti
14. Il ruolo dei travel blogger
15. Il marketing delle destinazioni turistiche
16. Il tourism destination management

3. TESTI DI STUDIO

Kotler P., Bowen J., Makens J., Baloglu S. Marketing del turismo, Pearson 2018

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 webseminar 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 Marketing turistico offrono una preparazione approfondita nell'ambito della gestione 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 esperto di marketing turistico e analista di settore

8. NOTE (EVENTUALI)

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