

Facoltà di ECONOMIA
Anno accademico 2013/2014

MARKETING TERRITORIALE [10987]

Nessun partizionamento

Corso di studio ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI TURISTICI
Ordinamento ECONOMIA E GESTIONE DEI SERVIZI TURISTICI
Percorso PERCORSO COMUNE

Docenti: DANIELA PETTINAO

Numero ore: 36

Periodo: Primo Semestre

Crediti: 6

Settori: SECS-P/08

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti di analisi della competitività di un territorio e le metodologie di marketing territoriale e della destinazione utili a rafforzare l'attrattività di un contesto geografico in chiave turistica.

Prerequisiti

Ancorchè non ci siano propedeuticità amministrative, sarebbe auspicabile che la frequenza del corso di marketing territoriale avvenisse dopo che lo studente ha frequentato e sostenuto gli esami di Economia del turismo, Economia e gestione delle imprese turistiche, Geografia del turismo e Legislazione del turismo.

Contenuti del corso

Marketing turistico, marketing territoriale e marketing della destinazione
Destinazione turistica e territorio
Destination management e governo del territorio
Offerta della destinazione in chiave sistemico-distrettuale
Analisi della domanda turistica della destinazione
Destination marketing
Destination marketing e Internet
Sistemi di action-tracking per valutare l'impatto economico degli eventi culturali

Metodi didattici

Il corso si compone di lezioni frontali, analisi e studio di casi aziendali ed esercitazioni, partecipazione a gruppi di studio, testimonianze di operatori turistici pubblici e privati.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame consiste in una prova orale alla fine del corso. Durante lo svolgimento delle lezioni, possono tenersi verifiche ed esercitazioni che costituiscono una base preliminare per la valutazione complessiva dello studente. In tal senso viene valutata l'attiva partecipazione dello studente a tutte le iniziative tenute durante il corso.

Testi di riferimento

Mariangela Franch, Marketing delle destinazioni turistiche - Metodi, approcci e strumenti, McGraw-Hill, 2010.
Il corso sarà corredato da articoli e casi forniti a lezione dal docente.

Altre informazioni

-
Stampa del 16/10/2013