

Place marketing e destination marketing

Prof.ssa Elena Sarti

Obiettivi del corso

Il corso si propone di fornire i contenuti principali del fenomeno turistico. Si inquadra la rilevanza del turismo nelle politiche di sviluppo territoriale e l'interazione tra attori pubblici e privati, al fine di comprendere le dinamiche legate alla competitività di medio-lungo periodo.

Particolare enfasi è posta sugli strumenti di *destination marketing*, sulle rilevazioni statistiche e sull'analisi della domanda turistica, in modo da stimolare la corretta lettura dei dati e formulare potenziali linee d'intervento per orientare strategicamente l'offerta turistica.

L'ampio riferimento a casi reali ed esempi pratici consente di affrontare in modo rigoroso, ma anche accessibile, i temi centrali del marketing delle destinazioni turistiche e del *destination management*.

Contenuti

Partendo dall'evoluzione nel tempo del fenomeno turistico, si analizzano i temi sociali, economici, relativi alla sostenibilità e allo sviluppo ad esso legati. Il concetto di territorio come destinazione turistica, il marketing delle destinazioni turistiche e il *destination management* saranno gli aspetti chiave presenti trasversalmente in tutto il programma del corso.

Il corso di 9 cfu si sviluppa in 54 ore di didattica nel secondo semestre del terzo anno e prevede i seguenti argomenti:

- Il turismo in una prospettiva di sviluppo sostenibile;
- Il territorio come destinazione turistica;
- *Destination management*, governo del territorio e relazione tra gli attori;
- Sviluppo locale e turismo;
- Analisi della domanda turistica della destinazione;
- *Destination marketing* con un focus sulle strategie di presenza web e sul cineturismo;
- *Service management* e gestione dei servizi turistici;
- Raccolta e analisi dei dati sulla domanda turistica e strategie dell'offerta.

Durante il corso saranno proposti esercizi e progetti sul mercato turistico e sull'analisi della domanda turistica.

Modalità d'esame

Esame in forma scritta. Durante il corso verrà fornita una descrizione dettagliata della struttura dell'esame e dei criteri di valutazione.

Bibliografia

- Appunti delle lezioni. Slide e altro materiale eventualmente utilizzato durante le lezioni.
- Manuale: Martini Umberto (a cura di) "Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali. Metodi, approcci e strumenti", McGraw-Hill Education, 2017.
- Ulteriori indicazioni bibliografiche saranno fornite nel corso delle lezioni.