UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Marketing per il Turismo

2223-2-E1501N130

Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire a studenti e studentesse gli strumenti, i concetti e i modelli di base del marketing management applicati al settore dell'ospitalità e dei viaggi.

Al termine del corso studenti e studentesse saranno in grado di:
• conoscere gli strumenti tipici delle attività di marketing;
• conoscere come si segmentano i potenziali turisti;
• conoscere i media online e offline utilizzati per promuovere una destinazione turistica;
• comprendere le sfide poste dallo sviluppo sostenibile, e conoscere alcuni strumenti utili per affrontarle.

Contenuti sintetici

Il corso si propone di fornire a studenti e studentesse le basi della conoscenza del marketing applicate alle destinazioni turistiche.
Particolare attenzione sarà dedicata al tema dello sviluppo sostenibile, e a come questo influenzi le attività di marketing management.

Programma esteso

• Il marketing del turismo
• I servizi nel marketing del turismo
• Il ruolo del marketing nella pianificazione strategica
• Segmentazione, scelta dei mercati obiettivo e posizionamento
• Sviluppo del marketing mix per il settore dell'ospitalità e del turismo

• Marketing diretto e marketing online
• Il marketing della destinazione
• Marketing del turismo e sostenibilità

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Lezioni frontali integrate da discussioni di case studies.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta con domande aperte, basate sul libro di testo e sul materiale disponibile in piattaforma elearning.

Testi di riferimento

Kotler Philip, John Bowen, James Makens & Seyhmus Baloglu (2021) Marketing del Turismo, 7/Ed., Pearson.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI