UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Tourism Marketing

2223-1-F7601M005-F7601M005M

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

Il modulo si prefigge di sviluppare gli elementi specialistici del marketing management del turismo. Casi aziendali concreti saranno esemplificati e trattati in aula.

Contenuti sintetici

I contenuti del corso mirano a far conoscere e comprendere agli studenti le caratteristiche delle principali strategie di marketing, in relazione a diversi contesti competitivi. Verranno illustrate cause ed effetti delle diverse dinamiche di concorrenza nel marketing management dei prodotti turistici e verranno forniti modelli di strategie e tecniche, utili per la definizione ottimale dei singoli prodotti turistici. A conclusione del corso, lo studente sarà in grado di analizzare in modo autonomo i diversi aspetti che caratterizzano il settore turistico, elaborandone le strategie di marketing necessarie nei differenti contesti di concorrenza.

Programma esteso

1. Introduzione al marketing del turismo

2. I servizi nel marketing del turismo

3. Ruolo del marketing nella pianificazione strategica

4. L'ambiente di marketing

5. Sistemi informativi e ricerche di marketing

6. Il comportamento d'acquisto nei mercato di consumo e nelle organizzazioni

7. Segmentazione e posizionamento

8. Progettazione e gestione dei prodotti e dei brand

9. Strategie e tecniche per la definizione del prezzo

10. I canali distributivi

11. Comunicazione e mix promozionale

12. Marketing diretto e marketing digitale

13. Passaparola, social media e recensioni dei clienti

14. Il marketing della destinazione

15. Il piano di marketing

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Lezioni tradizionali, lezioni interattive, testimonianze aziendali, project work.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame è svolto in forma orale ed è basato sui testi di riferimento. Il voto finale dell'insegnamento è il risultato derivante dalla media ponderata dei voti presi nei due moduli.

Testi di riferimento

Kotler Philip, Bowen John T., Makens James C., Baloglu Seyhmus, "Marketing del turismo", Pearson, Milano, 2018.

Il materiale didattico, se disponibile, è pubblicato sull'elearning.

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE