



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Marketing del Turismo

2324-1-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

---