



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Management and Marketing of Sustainable Tourism

2425-2-E1501N144

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. Particolare attenzione verrà dedicata alle scelte e agli strumenti che consentono alle imprese di orientare la propria strategia aziendale e di marketing verso una maggiore sostenibilità.

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 e più in generale di management.

Programma esteso

- Management e marketing del turismo: un approccio integrato
- Management e marketing del turismo e sostenibilità
- Specificità dei servizi rispetto ai beni fisici

- 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: sostenibilità ed etica

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Il Corso si compone di 49 ore, di cui indicativamente il 65% con didattica erogativa (lezioni frontali con utilizzo di slides) e il 35% con didattica interattiva (discussione di casi di studio, esercitazioni, presentazione di progetti di gruppo).

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.
Materiale disponibile in piattaforma e-learning.

Sustainable Development Goals

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