




Insegnamento: POLITICHE DI MARKETING DELLE IMPRESE TURISTICHE			
Codifica: 50900615		SSD (settore scientifico disciplinare): SECS-P/08	
Docente Responsabile: Sonia Ferrari			
Crediti Formativi (CFU): 5			
Ore di lezione	40	Ore riservate allo studio individuale	85
Il corso/i di studio, per i quali lo stesso costituisce un'attività di base o caratterizzante: Laurea in Scienze Turistiche			
Facoltà competente: Economia			
Lingua d'insegnamento: Italiano 			
Anno di corso: secondo			
Propedeuticità: nessuna			
Organizzazione della Didattica: Lezioni frontali, case study, seminari.			
Modalità di frequenza: obbligatoria			
Modalità di erogazione: tradizionale			
Metodi di valutazione: Prova scritta e prova orale			
Risultati di apprendimento attesi: Lo scopo del corso di marketing del turismo è quello di fornire in un primo step introduttivo una visione quanto più globale possibile del fenomeno ed in seguito di focalizzarsi sulla conoscenza e l'utilizzo dei paradigmi delle diverse azioni di marketing poste in essere dalle organizzazioni che operano all'interno del settore turistico. Il corso permette, quindi, di conoscere i principali strumenti strategici ed operativi del marketing turistico, analizzando aspetti dei cambiamenti ambientali, strategici e, soprattutto manageriali, che interessano oggi le imprese-reti-distretti-sistemi del settore.			
Programma/contenuti : Durante lo svolgimento delle lezioni saranno trattati i seguenti temi: Introduzione al marketing turistico, la gestione del marketing, la domanda turistica, la segmentazione della domanda, il posizionamento nel mercato, le politiche di prodotto, il pricing, la distribuzione commerciale, le politiche di comunicazione			
Date di inizio e termine e il calendario delle attività didattiche 29/09/2008 - 15/11/2008 per il calendario delle attività didattiche: www.economia.unical.it			
Il calendario delle prove di esame Le date degli appelli d'esame vengono fissate e rese pubbliche sul sistema UNIWEX (http://didattica.unical.it) in accordo a quanto previsto dal Calendario Accademico 2008-			



2009 della Facoltà di Economia che prevede le seguenti sessioni d'esame:

I sessione (17/11/2008-06/12/2008) – un appello;

II sessione (09/02/2009-07/03/2009) – due appelli;

III sessione (27/04/2009-16/05/2009) – un appello;

IV sessione (06/07/2009-31/07/2009) – due appelli;

V sessione (31/08/2009-26/09/2009) – un appello.

Bibliografia

Kotler, Bowen, Makens, Marketing del turismo, MacGraw Hill, Milano, seconda edizione

Approfondimenti:

Antonio Borghesi, Il marketing delle località turistiche - G.Giappichelli editore;

Francesco Casarin, Il marketing dei prodotti turistici - G.Giappichelli editore;

Cogno-Dall'Ara, Comunicazione e tecnica pubblicitaria nel turismo Franco Angeli;

Ferrari Sonia, Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di Marketing - Cedam 2002;

Rispoli M., Prodotti turistici evoluti - G.Giappichelli editore;

Appunti forniti in aula reperibili anche nella sezione download del sito www.soniaferrari.it