

Università degli Studi di Catania
Struttura Didattica Speciale di Lingue e Letterature straniere
 Corso di Laurea in Mediazione Linguistica e Interculturale

Sede di Ragusa - A.A.2013-2014

<i>Codice insegnamento</i>	86384 – 70815 – 31029 – 79246 – 55579 – 64526 - 30916
<i>Titolo dell'unità didattica</i>	Marketing Turistico
<i>Tipologia dell'attività formativa di riferimento</i>	Insegnamento a scelta
<i>Settore scientifico-disciplinare</i>	SECS-P/08
<i>Anno di corso</i>	I
<i>Durata del corso</i>	Semestrale
<i>Numero totale di crediti</i>	9 CFU
<i>Carico di lavoro globale</i>	225
<i>Numero di ore da attribuire a:</i>	Lezioni frontali: 54
	Esercitazioni e lezioni seminariali:
	Verifiche:
	Studio individuale: 171
<i>Nome del docente</i>	Sabrina Cipriani – uni.cipriani@gmail.com
<i>Obiettivi formativi</i>	Lo scopo di questo corso è quello di fornire agli studenti adeguati strumenti, teorici e pratici, in modo che possano sviluppare la conoscenza degli orientamenti del mercato e dei processi di pianificazione per la promozione delle destinazioni, dei servizi e degli eventi nell'ambito del turismo.
<i>Prerequisiti</i>	// // //
Contenuto del corso	I contenuti di questo corso comprendono: la segmentazione del mercato, le strategie di marketing turistico, branding e posizionamento, lo sviluppo del prodotto, il ruolo delle organizzazioni nazionali del turismo, le tendenze del mercato del turismo, il ruolo del patrimonio culturale, ambientale ed enogastronomico nella scelta di una destinazione. Particolare attenzione sarà data alla natura, alle caratteristiche e ai diversi attori dell'industria del turismo, al turismo domestico e internazionale, alle diverse tipologie di turismo, ai canali distributivi on line e off line, al ciclo di vita dei prodotti, all'importanza di innovare e alla sostenibilità.
Testi di riferimento	1) Erica Croce, Giovanni Perri, <i>Turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere l'integrazione tra cibo, viaggio, territorio</i> , Franco Angeli, Milano 2013; 2) Giovanni Antonio Cocco, Elena Di Raco (a cura di), <i>Impresa Turismo 2013</i> , Isnart, Roma 2013 in: http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/fonti/Unioncamere-Isnart (20/11/2013); 3) Lorenzo Lauria, <i>Marketing Strategico. Metodi e approcci per potenziare la promo-commercializzazione delle piccole-medie imprese del settore food e del turismo</i> , Agorà & Co., Lugano 2013.
Metodi didattici	Il corso è svolto con modalità didattiche interattive - lezioni frontali, seminari di approfondimento, analisi di casi di studio, strumenti informatici, documenti e report.
Modalità di accertamento dei risultati di apprendimento	Verifiche orali in itinere, esercitazioni, seminari e prove orali finali