UNIVERSITÀ DI PISA

DESTINATION MANAGEMENT

PIETRO BERITELLI

Anno accademico	2019/20
CdS	PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI TURISTICI MEDITERRANEI
Codice	294PP
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
DESTINATION MANAGEMENT	SECS-P/03	LEZIONI	48	PIETRO BERITELLI BRUNO HENSLER

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze
Il corso è dedicato al concetto della 'destinazione turistica' come punto di cristallizzazione dell'offerta turistica e come territorio polivalente che crea differenti valori in base alla domanda turistica.
Alla fine del corso gli studenti sono capaci di:

- riconoscere le sfide principali del Destination Management come approccio interdisciplinare
- definire e identificare punti d'attrazione
- comprendere il turismo in destinazioni turistiche come un “telaio” consistente di numerosi flussi dinamici, generati dall’interazione tra i turisti e il territorio con attrazioni e attività turistiche
- acquisire una visione specifica della realtà del turismo nel territorio e derivare progetti e iniziative concreti per uno sviluppo sostenibile della destinazione
- comprendere le opzioni di forme organizzative per sviluppare il territorio in destinazioni turistiche
- rivedere i ruoli di organizzazioni e istituzioni dedicate al turismo dalla prospettiva degli attori nel territorio e dei turisti
- conoscere ed applicare metodi e strumenti adatti a facilitare la collaborazione in una destinazione e tra destinazioni

Modalità di verifica delle conoscenze
-discussioni in classe
-giochi di ruolo
-ricostruzioni di flussi e diagnosi dei flussi con l'aiuto del SGDM (mappe e leggende della destinazione)

Capacità
-identificare punti di attrazione in destinazioni turistiche
-analizzare una destinazione turistica in base al metodo dei flussi
-sviluppare strategie per il futuro di una destinazione turisica
-derivare progetti e iniziative per i singoli flussi di turisti in una destinazione turistica

Modalità di verifica delle capacità
esame scritto

Comportamenti
-discussioni in classe
-lavoro in gruppo

Modalità di verifica dei comportamenti
-osservazioni da parte del docente

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
nessuno

UNIVERSITÀ DI PISA

Corequisiti
nessuno

Prerequisiti per studi successivi
nessuno

Programma (contenuti dell'insegnamento)
Introduzione

Definizione ed identificazione di destinazioni e punti d'attrazione
Trends in riguardo alla domanda e all'offerta rilevanti per destinazioni turistiche
Il marketing e management delle destinazioni
Dai flussi di visitatori alle strategie di marketing, al management e alla spartizione di compiti, un modello integrato (SGDM®) parte I
Destination governance il ruolo delle APT / destination management organizations, il management di organizzazioni virtuali / network management
Collaborazione nell'ambito del destination management, marketing interno e change management in destinazioni un modello integrato (SGDM®) parte II

Bibliografia e materiale didattico

- **Presentazione del docente (.ppt)**

Beritelli, P./ Reinhold, S./ Laesser, C./ Bieger, T. The St. Gallen Model for Destination Management. 2015. Può essere ordinato (hardcopy) attraverso www.en.sgdm.ch oppure acquistato online su https://www.amazon.de/St-Gallen-Model-Destination-Management-English-ebook/dp/B00UT63FYS

Modalità d'esame
scritto

Stage e tirocini
no

Ultimo aggiornamento 22/08/2019 10:03