



# UNIVERSITÀ DI PISA

## ECONOMIA POLITICA DEL TURISMO E MARKETING TERRITORIALE

### BARBARA ANTONIOLI MANTEGAZZINI

Academic year	2020/21
Course	SCIENZE DEL TURISMO
Code	186PP
Credits	12

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
ECONOMIA POLITICA DEL TURISMO	SECS-P/01	LEZIONI	48	BARBARA ANTONIOLI MANTEGAZZINI MARIO MORRONI
MARKETING TERRITORIALE	SECS-P/08	LEZIONI	48	DANIELE D'AMATO

#### Obiettivi di apprendimento

#### *Modalità di verifica dei comportamenti*

INFORMAZIONI PRATICHE

PERIODO: PRIMO semestre

ORARIO: 48 ore

NUMERO CREDITI: 9

VALUTAZIONE: esame scritto / orale al termine del corso.

#### Indicazioni metodologiche

La gestione strategica delle destinazioni turistiche: un OBIETTIVO che organizzazioni pubbliche ed operatori privati devono conseguire congiuntamente. Solo attraverso la condivisione di intenti, processi e risorse tra i vari stakeholder del settore è possibile creare valore nel turismo, cioè creare benefici maggiori delle attese a vantaggio dei consumatori. Il corso mira quindi a presentare i concetti di destinazione, stakeholder, strategie e politiche pubbliche e private per la gestione di una destinazione affrontati nel contesto dei paesi del Mediterraneo

#### Programma (contenuti dell'insegnamento)

##### Argomenti del corso:

##### PARTE 1 ) Introduzione al Marketing Turistico\_Territoriale

Concetti di Marketing Territoriale, Destination Management e Revenue Management Territoriale

Le destinazioni turistiche

Le organizzazioni turistiche pubbliche ( OTP ) e gli operatori privati: DMO vs DMC

Progettare e gestire una destinazione turistica: sviluppo eco-sostenibile e creazione di valore

Il valore nella destinazione turistica

##### PARTE 2) Strumenti di Marketing Turistico\_Territoriale

Il piano di marketing territoriale: struttura-tipo e contenuti. Casi di specie

Le aggregazioni tra OTP ed operatori privati

Informatizzazione del Marketing Territoriale

Ultimo aggiornamento 18/09/2020 15:31