



# UNIVERSITÀ DI PISA

---

## MARKETING DEL TURISMO

**LAURA GAVINELLI**

Anno accademico  
CdS

2023/24  
PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI  
SISTEMI TURISTICI MEDITERRANEI  
295PP  
9

Codice  
CFU

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MARKETING DEL TURISMO	SECS-P/08	LEZIONI	72	ALESSIO CARCIOFI LAURA GAVINELLI

### Obiettivi di apprendimento

#### Conoscenze

##### Modulo L. Gavinelli

Il modulo tenuto da Laura Gavinelli intende fornire le basi di marketing applicato al settore turistico.

Dopo un breve inquadramento sull'industria turistica, le tendenze e gli attori coinvolti, il corso affronterà le logiche, le strategie e gli strumenti di marketing principali applicati al prodotto/servizio turismo. A tal fine si affronteranno tematiche relative al comportamento di acquisto e di consumo del turista, alle componenti e al processo di pianificazione del prodotto/servizio turistico e alle leve del marketing mix.

Sono previsti approfondimenti sul prodotto destinazione e sulla comunicazione di marketing e sull'economia circolare per la competitività dell'offerta turistica.

##### Modulo A. Carciofi

Il modulo tenuto da Alessio Carciofi avrà l'obiettivo di fornire strumenti teorici ma soprattutto pratici nell'ambito della comunicazione e marketing digitale.

Saranno trattati argomenti in linea con il mondo attuale del lavoro al fine di fornire un *background* molto affine al contesto attuale di riferimento. Questo corso approfondisce le competenze nel marketing digitale nel contesto del turismo, con un'enfasi speciale sull'integrazione dell'*Intelligenza Artificiale (AI)* per affrontare le sfide e sfruttare le opportunità emergenti.

Durante il corso, esploreremo temi come l'ottimizzazione dei motori di ricerca, il content marketing, il social media marketing e la pubblicità digitale, nonché il ruolo cruciale dell'AI in queste strategie.

Gli studenti avranno l'opportunità di applicare le conoscenze acquisite attraverso progetti pratici che utilizzano soluzioni basate sull'AI per migliorare l'esperienza del turista, ottimizzare le operazioni e analizzare i dati del settore turistico. Alla fine del corso, gli studenti saranno pronti ad affrontare le sfide del marketing digitale e dell'Intelligenza Artificiale nel mondo del turismo, preparandosi per carriere innovative in questo settore in evoluzione.

Sono previsti approfondimenti su come realizzare una strategia di marketing digitale di una destinazione e nell'implementazione di un piano di social media marketing. Durante le ore del corso, agli studenti verrà affidato un brief in modo da realizzare un project work che poi esporranno nell'ultima lezione davanti alla classe. Oltre ad essere un ottimo strumento per mettere in pratica le nozioni teoriche del corso, risulta essere un eccellente strumento per affinare le abilità di team building, pensiero laterale, presentazioni efficaci e public speaking.

#### Modalità di verifica delle conoscenze

##### Modulo L. Gavinelli

La verifica delle conoscenze acquisite verrà fatta attraverso la partecipazione attiva in aula, la consegna degli assignment intermedi e il project work finale.

##### Modulo A. Carciofi

La verifica delle conoscenze acquisite verrà fatta attraverso la partecipazione attiva in aula, la consegna degli assignment intermedi e il project work finale.

#### Capacità

##### Modulo L. Gavinelli

Al termine del modulo, lo studente avrà acquisito gli elementi essenziali del marketing e della sua applicazione per la creazione, gestione e promozione di un'offerta turistica. Sarà inoltre in grado di applicare le metodologie acquisite all'analisi e interpretazione del mercato, la comprensione dei bisogni della domanda, l'implementazione del marketing mix.

##### Modulo A. Carciofi

Al termine del modulo lo studente avrà una le competenze essenziali per comprendere come realizzare una strategia di social media marketing



## UNIVERSITÀ DI PISA

per la creazione, gestione e promozione di un piano di comunicazione e marketing turistico.

### *Modalità di verifica delle capacità*

#### Modulo L. Gavinelli

La verifica delle conoscenze acquisite verrà fatta attraverso la partecipazione attiva in aula, la consegna degli assignment intermedi e il project work finale.

#### Modulo A. Carciofi

La verifica delle conoscenze acquisite verrà fatta attraverso la partecipazione attiva in aula, la consegna degli assignment intermedi e il project work finale.

### *Comportamenti*

#### Modulo L. Gavinelli

Lo studente potrà acquisire capacità critica di analisi e interpretazione delle dinamiche del mercato, metodo di lavoro, capacità di lavorare in team e di public speaking.

#### Modulo A. Carciofi

Lo studente potrà acquisire capacità di hard & soft skills oltre per mettere in pratica le nozioni teoriche del corso, sarà dato spazio alle abilità di team building, pensiero laterale, presentazioni efficaci e public speaking.

### *Modalità di verifica dei comportamenti*

#### Modulo L. Gavinelli & A. Carciofi

L'acquisizione dei comportamenti verrà monitorata dalla docente lungo il modulo attraverso la puntualità nelle consegne, la proprietà di linguaggio nell'esposizione, la qualità dei contenuti degli elaborati.

### *Indicazioni metodologiche*

#### Modulo L. Gavinelli

Lezioni con ausilio di slide e video, casi studio ed esempi, attività in aula. Se possibile, verranno coinvolti relatori esterni.

#### Modulo L. Gavinelli

Lezioni con ausilio di slide e video, casi studio ed esempi, attività in aula. Saranno coinvolti alcuni esperti di social media marketing e influencer.

### *Programma (contenuti dell'insegnamento)*

#### Modulo L. Gavinelli

- ? Turismo: dove stiamo andando?
- ? Il settore turistico: situazione e sfide
- ? Il sistema turistico: attori e ruoli
- ? Il marketing e la pianificazione di marketing
- ? Struttura del piano di marketing
- ? Marketing analitico
- ? Marketing strategico
- ? Marketing mix
- ? Comunicazione e branding
- ? Focus su economia circolare

#### Modulo A. Carciofi

- ? Rivoluzione digitale e disruption marketing nel turismo
- ? Business Model Canvas
- ? Customer Journey
- ? Keywords Research
- ? Search Engine Optimization, Search Engine Marketing & AI
- ? Digital Marketing Strategy
- ? Social Media Marketing
- ? Content Marketing & AI Revolution
- ? Influencer Marketing
- ? Newsletter & Email Marketing
- ? Digital Advertisign
- ? Analysis Performance & Reporting

### *Bibliografia e materiale didattico*

#### Modulo L. Gavinelli

Kotler P., Bowen J.T., Makens J.C., Baloglu S., edizione italiana a cura di Mauri C., Marketing del turismo, Pearson Prentice Hall Italia, Milano-



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

Torino, ultima edizione.

Gli studenti frequentanti riceveranno una sintesi delle slide del corso.

### Modulo A. Carciofi

Strategia Digitale (Hoepli)

Comunicare in modo efficace su Internet e i Social Media, di Laurita Giuliana e Venturini Roberto, ultima edizione

Gli studenti frequentanti riceveranno una sintesi delle slide del corso.

### Indicazioni per non frequentanti

L'esame scritto andrà preparato sull'intero libro di testo.

### Modalità d'esame

#### Modulo L. Gavinelli & A. Carciofi

Per studenti frequentanti: presentazione di un lavoro di gruppo (project work).

Per studenti non frequentanti: esame scritto.

*Ultimo aggiornamento 07/09/2023 11:10*