

PROGRAMMA INSEGNAMENTO

Insegnamento	MARKETING TERRITORIALE (B8918)
Corso di laurea	SCIENZE DEL TURISMO
Indirizzo/i (se previsti)	
SSD	SECS P/08
Crediti CFU/ECTS	8
Ore di didattica	48
Anno accademico	2017/2018
Docente responsabile dell'insegnamento	Prof. FILOMENA IZZO
Studio del docente	Stanza 34
Tel. studio	
E-mail del docente	Filomena.izzo@unicampania.it
Sito internet del docente	
Orario di ricevimento	Riceve per appuntamento il giovedì Dalle ore 11.15 alle ore 12:15
Tutor	

LINGUA

Italiano

CONTENUTI

I principali temi del corso saranno:

1. principali approcci al Marketing territoriale
2. cultura, turismo e sviluppo
3. reti culturali
4. tecnologia e valorizzazione del patrimonio culturale

TESTI DI RIFERIMENTO

Izzo Filomena (2017) Musei e tecnologie: Valorizzare il passato per costruire il futuro, CEDAM
https://shop.wki.it/Cedam/eBook/eBook_Musei_e_tecnologie_Valorizzare_il_passato_per_costruire_il_futuro_s646530.aspx

Franch M. (2010) Marketing delle destinazioni turistiche, McGraw-Hill (capitoli: 2-3-6)

OBIETTIVI FORMATIVI

L'obiettivo del corso è quello di offrire agli studenti gli strumenti per comprendere i processi di promozione del territorio, principalmente ma non solo attraverso gli strumenti del marketing territoriale. Gli studenti dovranno essere in grado di analizzare le principali strategie di valorizzazione del territorio.

Conoscenza e capacità di comprensione (*knowledge and understanding*).

Lo studente acquisirà:

1. la capacità di analizzare il mercato delle istituzioni culturali e turistiche cogliendo i tratti distintivi e le specificità di ciascuna;

2. la conoscenza dei modelli interpretativi dei fenomeni sia per la definizione dei contesti nei quali le aziende culturali operano sia modelli per la misurazione delle loro performances;
3. la capacità di scegliere migliori strategie gestionali di imprese e istituzioni culturali.

Questi risultati saranno raggiunti mediante:

- a) la frequenza assidua e attiva alle lezioni;
- b) lo studio individuale costante e approfondito;
- c) il superamento delle prove di accertamento delle conoscenze.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate (*applied knowledge and understanding*).

Il laureato sarà in grado descrivere e predisporre un'analisi di mercato delle istituzioni artistiche, culturali, turistiche cogliendo i tratti distintivi e le specificità di ciascuna.

Saprà applicare modelli interpretativi dei fenomeni sia per la definizione dei contesti nei quali le aziende culturali operano sia modelli per la misurazione delle loro performances e saprà effettuare le scelte gestionali e strategiche migliori per le imprese e istituzioni culturali.

Tali capacità e conoscenze saranno conseguite mediante:

- a) l'analisi di case studies e simulazioni proposti durante il corso;
- b) le esercitazioni ed i lavori individuali e di gruppo assegnati e verificati durante il corso.

Autonomia di giudizio (*making judgements*).

Lo studente possiederà capacità di problem solving e di decision making.

La verifica dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio avviene in diversi modi, ovvero mediante:

- la valutazione della partecipazione dello studente sia alle esercitazioni sia all'analisi dei casi svolte in aula;
- l'analisi dei risultati del lavoro individuale o di gruppo sui casi proposti dal docente;
- esame finale.

Abilità comunicative (*communication skills*).

Lo studente sarà in grado di esporre in forma scritta e orale in modo efficace e con un linguaggio adeguato a diversi interlocutori le proprie conclusioni riguardo a studi e analisi esplicitando in modo chiaro i propri ragionamenti.

L'abilità comunicativa dello studente laureato sarà oggetto di valutazione sia durante il corso con il lavori di gruppo e individuali sia in occasione delle prove d'esame.

Capacità di apprendere (*learning skills*).

Il processo formativo è progettato in modo da consentire lo sviluppo delle capacità di apprendimento attraverso percorsi formativi, di tipo interdisciplinare, caratterizzati da un progressivo miglioramento del livello delle competenze e delle capacità analitiche e metodologiche dello studente.

Nel percorso di studio lo studente acquisirà la capacità di apprendere e rielaborare i concetti e le tecniche, con rigore metodologico e approccio critico. Sarà in possesso di una buona capacità di

apprendimento e di una forte sensibilità alla formazione ed all'aggiornamento continuo che lo stimoleranno a continuare a studiare autonomamente al fine di approfondire ed aggiornare le proprie conoscenze, sia nel caso di inserimento in azienda che di avvio di un'attività autonoma professionale o imprenditoriale. Sarà poi in grado di proseguire la propria formazione nell'ambito universitario mediante dottorati di ricerca.

PREREQUISITI

METODI DIDATTICI

La didattica si basa sulla seguente articolazione:

- Lezioni frontali e seminari tematici;
- Testimonianze aziendali;
- Analisi di case-study, gruppi di lavoro;
- Simulazioni ed Esercitazioni;
- Presentazioni ed esposizioni in aula da parte degli studenti;
- Studio individuale: agli studenti sono suggeriti alcuni libri di testo, articoli di riviste scientifiche nazionali e internazionali, siti web aziendali o istituzionali funzionali allo sviluppo di autonome capacità di apprendimento.

ALTRE INFORMAZIONI

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione della capacità di apprendimento verrà verificata mediante prove di verifica in cui verranno valutate le conoscenze, l'acquisizione di un adeguato linguaggio tecnico e/o giuridico, la capacità di applicazione delle metodologie studiate. Le modalità previste sono: prove orali, project work individuali e di gruppo.