

DESTINATION MANAGEMENT

Paolo Desinano

Anno di corso: 2 ANNO

Periodo di svolgimento del corso: I Semestre

Settore scientifico disciplinare (SSD): SECS-P/08

C. F. U. attribuiti: 6

Durata del corso: 42 ore

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone l'obiettivo di fornire un modello organico e pragmatico di destination management in grado di supportare la transizione dal tradizionale turismo di destinazione agli emergenti turismi di motivazione.

Alcune tematiche, particolarmente critiche, saranno oggetto di specifici approfondimenti.

PROGRAMMA DI INSEGNAMENTO

Aspetti definitivi

Mercati turistici, turisti, prodotti turistici, business turistici, sistemi turismo e destinazioni

Destination management

La destinazione come sistema produttivo. La gestione della destinazione per prodotti

Clienti e prodotti della destinazione

I profili cliente della destinazione. Il portafoglio profili cliente

Il prodotto turistico e le sue componenti strutturali: attrattori, servizi, infrastruttura, immagine.

Profilo turista e prodotto turistico. Il catalogo prodotti della destinazione

Processi di business e di governance della destinazione

Processi di business di attrattori, servizi turistici, prodotti turistici, infrastrutturali, branding e coordinamento.

Prodotti turistici, processi e destinazione digitale

Destination Business Intelligence

Il capitale digitale della destinazione. Business intelligence e performance management della destinazione

Modalità di svolgimento del corso: lezioni frontali

Modalità di svolgimento dell'esame: scritto con breve discussione orale

Ricevimento: Venerdì dalle 10.00 alle 11.00 – in aula dopo la lezione

E-Mail: p.desinano@incipitconsulting.it

TESTI CONSIGLIATI

- P. Desinano, O.N. Fiorucci, *La destinazione e i suoi prodotti. Dal turismo del dove ai turismi del perché*, FrancoAngeli, Milano, 2018.
- Ulteriori articoli di approfondimento