

MARKETING (DELLE IMPRESE TURISTICHE)
disciplina prevista nel Precedente Ordinamento (PO)
Michele Quintano - Claudia Maria Golinelli
(Istituto di Studi Aziendali)

I modulo – 6 CFU (prof. Quintano) (corso di laurea quadriennale ETU)

Gli orientamenti al marketing dell'impresa.. L'analisi del settore e della concorrenza. L'analisi degli intermediari commerciali. Il sistema informativo di marketing. La rilevanza degli studi sul comportamento del consumatore nell'ambito del marketing. Gli antecedenti del comportamento d'acquisto. L'uso delle informazione e tipologie di comportamento. Il comportamento d'acquisto delle organizzazioni. Decisioni strategiche e variabili ambientali. Lo sviluppo aziendale. La gestione del portafoglio prodotti La segmentazione della domanda e la differenziazione dell'offerta. Le politiche di marketing: il prodotto, il prezzo, la distribuzione e la comunicazione. Il piano di marketing.

Testi consigliati:

- GUATRI, VICARI, FIOCCA, Marketing, McGraw Hill, u.e.
- QUINTANO, Il comportamento del consumatore nella prospettiva del marketing, Liguori, u.e.

II modulo - 3 CFU (prof.ssa Golinelli) (corso di laurea quadriennale ETU)

Il marketing dei prodotti turistici: il prodotto turistico, il turista, la segmentazione della domanda, il posizionamento del prodotto turistico.

Il marketing operativo del prodotto alberghiero, Il marketing operativo del viaggio organizzato.

Testi consigliati:

- CESARIN, *Il marketing dei prodotti turistici, specificità e varietà*, Giappichelli, u.e.