



SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)

" STRATEGY AND SMART INNOVATION: BASICS FOR DESTINATION MANAGEMENT "

SSD SECS-P/08

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: STRATEGY AND SMART INNOVATION: BASICS FOR DESTINATION MANAGEMENT

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: VALENTINA DELLA CORTE
TELEFONO: 081-675370
EMAIL: VALENTINA.DELLACORTE@UNINA.IT

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

ANNO DI CORSO: III
SEMESTRE: I
CFU: 6

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di fornire allo studente conoscenze e capacità di utilizzo di: 1) le Logiche strategiche in ambiente open innovation e smart; 2) la logica di destination management e marketing, secondo un'ottica technology-based. Inoltre, il corso offre gli spunti per un processo decisionale aperto al networking, finalizzato alla promo-commercializzazione di offerte integrate di servizi e fattori di attrattiva, che alimentano i flussi turistici verso le destinazioni.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di conoscere e saper comprendere le problematiche relative al destination management in ottica smart. Deve dimostrare di sapere elaborare argomentazioni relative alla gestione delle destinazioni turistiche, il percorso formativo intende fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti metodologici di base necessari per analizzare le politiche di management e di marketing delle destinazioni turistiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente deve dimostrare di essere in grado di trarre le conseguenze di un insieme di informazioni per elaborare un piano di marketing di una destinazione turistica, realizzare un programma di sviluppo strategico delle destinazioni. Il percorso formativo è orientato a trasmettere le capacità e gli strumenti metodologici e operativi necessari ad applicare concretamente le conoscenze del destination marketing e management

PROGRAMMA-SYLLABUS

strategie e innovazione nell'ambito delle destinazioni turistiche
open innovation e ambiente smart
il destination management
il destination marketing
la governance ed i soggetti pivot, la catena del valore
i destination marketing systems
il ruolo dell'immagine
gli strumenti tecnologici per la valorizzazione e la promozione della destinazione
l'Internet of Things nel destination management

MATERIALE DIDATTICO

Libro di testo consigliato: Destination management e logica sistemica: un confronto internazionale è un Valentina Della Corte , Mauro Sciarelli, Giappichelli, 2012

Articoli scientifici

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

lezioni frontali 60%, team work 40%

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame:

35% project work, 35% papers, 30% esame scritto

L'esame si articola in prova	
solo scritta	30%
discussione di elaborato progettuale	35%
discussione articoli scientifici	35%

In caso di prova scritta i quesiti sono (*)	A risposta multipla	16
	A risposta libera	3

(*) È possibile rispondere a più opzioni

b) Modalità di valutazione:

domande a risposta multipla: punteggio di 1,5 per ogni risposta corretta

domande a risposta libera: max 2 punti per ogni risposta