



Summer School sul tema: **‘STRATEGIE DI MARKETING NELLE AREE NATURALI PROTETTE’**  
 III edizione - **“Valorizzare il territorio e comunicare efficacemente”**

PROGRAMMA

19-23 giugno 2017 – Lorica di San Giovanni in Fiore

GIORNO	SESSIONE	DOCENTE	TITOLO DEL MODULO	ARGOMENTI TRATTATI
19/06/17	9.00-13.00	Carlo Maria Gallucci Calabrese	“ Piano di Marketing strategico e operativo”.	<p>Per poter essere competitiva, una organizzazione deve pianificare il suo futuro e agire anno dopo anno per raggiungere gli obiettivi fissati, tanto nel breve, come nel lungo termine.</p> <p>Una parte significativa della giornata verrà dedicata a disegnare un piano di marketing strategico e/o operativo di alcune delle attività professionali dei partecipanti i quali, divisi in gruppi di lavoro, e monitorizzati dal professore, cercheranno di mettere in pratica ciò che è stato spiegato in aula.</p> <p>Durante la giornata verranno espone anche altre due tematiche teoriche diverse: “Analisi del portafoglio di attività” e “Customer loyalty”.</p>
	14.00-18.00	Università Ramon Llull, Barcellona		

20/06/17	9.00-13.00	Claudio Visentin	"Marketing Storytelling e racconto del territorio"	<p>Il turismo come costruzione dello sguardo, la <i>significazione</i> dei luoghi.</p> <p>Il ruolo della narrazione nel preparare l'incontro. Innovatori e legittimatori.</p> <p>Casi di studio storici.</p> <p>Dalla spontaneità all'industria: narrazione, strategia, prodotto.</p> <p>Il ruolo delle nuove tecnologie: dal monologo alla conversazione.</p> <p>Territori coinvolti?</p>
	14-00-18.00	Università della Svizzera Italiana e Scuola del Viaggio		
21/06/17	9.00-13.00	Francesco Tapinassi	"Il comportamento dell'utente nel percorso decisionale di acquisto del settore travel: sfide e opportunità del web 2.0"	<p>Comprensione del mercato, delle sue dinamiche; comprensione dei comportamenti di scelta e di consumo in ambito turistico;</p> <p>la conoscenza dei desideri degli utenti come facilitatore alla costruzione del prodotto turistico;</p> <p>sviluppo del marketing territoriale nell'ambito turistico;</p>
	14-00-18.00	Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo		
22/06/17	9.00-13.00	Silvia Barbone Presidente della "Foundation for	"Turismo Sostenibile e gestione delle destinazioni: Politiche Europee ed Internazionali, Strumenti, Certificazioni. Casi Studio."	<p>Le Policies europee ed internazionali per lo sviluppo turistico.</p> <p>Dalle Policies alle azioni.</p> <p>La sostenibilità negli obiettivi dell'Agenda Sustainable Development Goals 2030.</p> <p>La sostenibilità come nuovo trend.</p> <p>Gli indicatori di sostenibilità: ETIS (European Tourism Indicator System) e GSTC (GLOBAL SUSTAINABLE</p>

	14-00-18.00	EUROPEAN Sustainable Tourism (FEST)”		TOURISM COUNCIL). La certificazione PM4SD (Project Management for Sustainable Development). Costruzioni di una roadmap del 2017 Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per lo Sviluppo
23/06/17	9.00-13.00	Giuseppe Emanuele Adamo		In mercati altamente caotici e fluttuanti, la segmentazione svolge un ruolo strategico determinante al fine di individuare specifici target e modellare l’offerta su specifici bisogni. Il modulo offre una rilettura dei modelli classici di segmentazione (modelli <i>a priori</i> , <i>clustering based</i> , flessibili), esplorando poi nuovi approcci come la <i>life project segmentation</i> . Nella seconda parte il modulo presenta le peculiarità’ di un target specifico noto come millennials o generazione Y. Attualmente tale target in Italia include circa 12 milioni di persone, con una alta alfabetizzazione digitale e forte inclinazione collaborativa sia orizzontale sia verticale. Per le imprese odierne la conoscenza dei codici della comunicazione digitale diventa fondamentale al fine di gestire e rendere profittevole tale target.
	14.00-18.00	University of Northampton	“La segmentazione del mercato. Il segmento dei millennials”	

I concetti e i temi trattati saranno illustrati anche mediante la presentazione di casi di studio.