



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

DOCENTI

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

DOCENTE		
Carlo Maria Gallucci Calabrese	Prorettore della Università Ramon Llull di Barcellona (URL), parlerà di marketing strategico e/o operativo, nonché di analisi del portafoglio e customer loyalty.	Vice-Chancellor at the Ramon Llull University in Barcelona (URL), will talk about strategic and / or operational marketing as well as portfolio analysis and customer loyalty.
Università Ramon Llull, BarcellonaProrettore	Dopo la laurea ha conseguito prima una specializzazione in Management presso l'Università della California (UCLA), quindi una in Marketing Strategico ad Harvard, Boston. Tra Europa ed USA ha insegnato in ben 27 università; ora è anche Professore Ordinario di Marketing presso l'ESADE Business School, considerata come una delle migliori scuole di Management del mondo con professori e studenti provenienti da oltre 100 paesi.	After graduating, he first obtained a specialization in Management from the University of California (UCLA), and then in Strategic Marketing at Harvard, Boston. Between Europe and USA he has taught in 27 universities; he is now also an Ordinary Professor of Marketing at ESADE Business School, considered as one of the world's best management schools with professors and students from over 100 countries.
	È membro del comitato editoriale e scientifico di riviste	He is a member of the editorial and scientific committee of

	<p>specializzate internazionali come l'International Quarterly Journal of Marketing, Micro & Macro Marketing o Symphonia-Emerging Issues in Management, oltre che essere un prolifico conferenziere con al suo attivo più di 90 conferenze tenute in diversi paesi, più di 30 relazioni in congressi internazionali e internazionali e oltre 20 progetti di ricerca svolti tra Europa ed America</p>	<p>specialized international journals such as the International Quarterly Journal of Marketing, Micro & Macro Marketing, or Symphonia-Emerging Issues in Management, as well as being a prolific lecturer with more than 90 conferences held in several countries, more than 30 speaks in international and international congresses and over 20 research projects carried out in both Europe and America.</p>
<p>Claudio Visentin Università della Svizzera Italiana e Scuola del Viaggio</p>	<p>Dell'Università della Svizzera Italiana e Scuola del Viaggio, si occuperà della significazione dei luoghi, dello storytelling e del ruolo delle nuove tecnologie nel raccontare il territorio.</p> <p>Coordina il corso "Turismo responsabile, sviluppo sostenibile e cooperazione internazionale" organizzato dall'ISPI di Milano nell'ambito della sua Winter School, in aggiunta ha tenuto diverse lezioni di storia e sociologia del turismo nei corsi del Fondo Sociale Europeo (FSE).</p> <p>Come consulente opera soprattutto nell'ambito della comunicazione turistica: ad esempio è stato autore delle linee guida delle Assise generali di Confindustria alberghi: "Comunicare la qualità per competere". Ha inoltre collaborato per diversi anni con il Centro studi del Touring Club Italiano (TCI), con un'attenzione particolare al turismo culturale.</p> <p>In aggiunta alla sua attività di docente, studia e racconta i nuovi stili di viaggio, spostando l'attenzione dalle destinazioni, sulle pagine del supplemento domenicale del Sole 24 Ore e si dedica alla scrittura: ricordiamo "In viaggio con l'asino" e "Alla ricerca di Don Chisciotte. Un</p>	<p>Of the Italian University of Switzerland and the Travel School, will focus on the significance of places, on the storytelling and the role of new technologies in "narrating" the land.</p> <p>He coordinates the course in "Sustainable Tourism, Sustainable Development and International Cooperation" organized by ISPI in Milan as part of his Winter School; in addition he has held several lessons on history and sociology of tourism in the courses of the European Social Fund (ESF).</p> <p>As a consultant, he worked mainly in the field of tourism communication: for example, he was the author of the guidelines of the General Assembly of Confindustria hotels: "Communicate the quality in order to compete". He has also collaborated for several years with the Center of Studies of the Italian Touring Club (TCI), with particular attention towards cultural tourism.</p> <p>In addition to his teaching activity, he studied and talked about new travel styles, shifting attention from the destinations, writing in the pages of the Sunday supplement of the Sole 24 Ore and devoted himself to writing: we can remember "Traveling with the Donkey"</p>

	viaggio nella Mancia”.	and “Looking for Don Quixote. A trip to the Mancia”
<p>Francesco Tapinassi</p> <p>Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo</p>	<p>Dirigente del settore Politiche del Turismo del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (MIBACT), porterà la prospettiva di un amministratore nella promozione dei territori e la creazione di brand territoriali.</p> <p>Come direttore dell'Agenzia di Promozione Turistica dell'Amministrazione Provinciale di Grosseto si è occupato di predisporre un piano di comunicazione con una attenta politica di rebranding territoriale, con particolare attenzione alle piattaforme elettroniche e ai social media. È stato poi referente del progetto interregionale “Terre degli Etruschi” realizzando, in collaborazione con le Regioni Umbria, Lazio e Toscana, numerose attività per la promozione del patrimonio culturale etrusco, con una attenzione particolare dedicata alle famiglie ed ai bambini.</p> <p>Nel periodo passato come dirigente ai progetti turistici ha messo in piedi una campagna di promozione turistica del territorio, e come responsabile dell'Osservatorio Turistico di Destinazione ha elaborato la metodologia di ricerca sulla rilevazione del brand territoriale, attraverso il “Maremma Brand Index”. Si è poi occupato di elaborare la piattaforma di booking online del sito regionale www.turismo.intoscana.it ed ha coordinato il progetto “Card App”, per la realizzazione di una app informativa collegata ad una carta elettronica di fidelizzazione delle clientela e la gestione della business intelligence territoriale.</p>	<p>Of the Tourism Directorate of the Ministry of Cultural Heritage and Tourism (MIBACT), he will bring the prospect of an administrator about the promotion of territories and the creation of territorial brands.</p> <p>As Director of the Tourism Promotion Agency of the Provincial Administration of Grosseto, he has been working on a communication plan and a careful territorial rebranding policy, with particular attention to electronic platforms and social media. He was also a point of reference for the Interregional Project “Lands of the Etruscans”, in collaboration with the Umbria, Lazio and Tuscany regions, with numerous activities for the promotion of the Etruscan cultural heritage and a special focus on families and children.</p> <p>During the period spent as a Director for the tourist projects, he has set up a tourism promotion campaign for the region, and as a manager of the Destination Tourist Observatory has developed the research methodology for the territorial brand survey through the “Maremma Brand Index”. He then worked to develop the online booking platform of the regional website www.turismo.intoscana.it and coordinated the “Card App” project, for the implementation of an information app linked to an electronic customer loyalty card and the management of the territorial business intelligence.</p>
Silvia Barbone	Presidente della Foundation for EUROPEAN Sustainable Tourism (FEST), approccerà il tema sempre più centrale	President of the Foundation for EUROPEAN Sustainable Tourism (FEST), will approach the more central theme of

<p>Presidente della "Foundation for EUROPEAN Sustainable Tourism (FEST)"</p>	<p>del turismo sostenibile.</p> <p>È un esperto internazionale nel turismo sostenibile e nella gestione dei progetti, con un'ampia conoscenza delle politiche e delle pratiche del turismo. È una senior tourism business developer and strategist, oltre che una esperta project manager e una Lead Trainer certificata in Project Management per lo Sviluppo Sostenibile. È la sviluppatrice e l'autrice principale della certificazione PM4SD "Project Management for Sustainable Development".</p> <p>È uno dei dieci esperti dell'UE selezionati dalla Commissione Europea per implementare il Sistema Europeo di Indagine Turistica (ETIS). Lavora con organizzazioni globali leader, tra cui UNESCO, European Travel Commission, Commissione e Parlamento europei, nonché autorità pubbliche locali, regionali e nazionali. È direttore principale del primo blog dedicato alle politiche e alle pratiche del turismo europeo "Tourism Around Europe", che si rivolge a 8.000 stakeholders del settore turistico. È stata recentemente nominata Presidente della Società del Turismo Europa Network.</p>	<p>sustainable tourism.</p> <p>She is an international expert in sustainable tourism and project management, with extensive knowledge of tourism policies and practices. She is a senior tourism business developer and strategist, as well as an experienced project manager and a certified Lead Trainer in Project Management for Sustainable Development. She is the leading developer and author of PM4SD "Project Management for Sustainable Development" certification.</p> <p>She is is one of the ten EU experts selected by the European Commission to implement the European System of Tourism Research (ETIS). She works with leading global organizations, including UNESCO, the European Travel Commission, the European Commission and Parliament, as well as local, regional and national public authorities. She is the principal director of the first blog dedicated to tourism and tourism practices in Europe, "Tourism Around Europe", which addresses 8,000 stakeholders in the tourism industry. She was recently named Chair of the Tourism Society Europa Network.</p>
<p>Emanuele Adamo University of Northampton</p>	<p>Ha conseguito la laurea in Discipline Economiche e Sociali all'Unical e il PhD (cum Laude) in Business Administration and Quantitative Methods presso l'Università Carlos III di Madrid.</p> <p>Dopo una breve esperienza come docente di marketing research all'Università ICADE di Madrid, si è trasferito in Inghilterra dove ha insegnato per la University of Bedfordshire Business School e ha ricoperto il ruolo di Direttore del corso di Laurea in Event Marketing e</p>	<p>He graduated in Economics and Social Sciences at Unical and got his PhD (cum Laude) in Business Administration and Quantitative Methods at Carlos III University in Madrid.</p> <p>After a brief experience as a marketing research professor at the ICADE University of Madrid, he moved to England where he taught at the University of Bedfordshire Business School and where he held the position of Director of the Degree in Event Marketing and Management and Course</p>

	<p>Management e del corso magistrale in Event Management. Attualmente è Senior Lecturer in marketing presso il Dipartimento di Marketing and Entrepreneurship, UON, dove ricopre anche il ruolo di direttore del corso di laurea in Fashion Marketing.</p> <p>La sua attività di ricerca si centra sulle Brand Communities, sulla creativity e sul destination management. I suoi lavori sono stati presentati in peer reviewed conferences, come EMAC (European Marketing Academy) e AMA (American Marketing Association) e pubblicati presso Atlas (Association of Leisure and Tourism Association) and LSA (Leisure Study Association). Ha collaborato per diversi anni con l'osservatorio turistico della Calabria.</p>	<p>Master's in Event Management. He is currently Senior Marketing Lecturer in Marketing at the Department of Marketing and Entrepreneurship, UON, where he also holds the position of Director of the degree in Fashion Marketing.</p> <p>His research activity is centered on Brand Communities, creativity and destination management. His works were presented at peer reviewed conferences, such as EMAC (European Marketing Academy) and AMA (American Marketing Association) and published at Atlas (Association of Leisure and Tourism Association) and LSA (Leisure Study Association). He has worked for several years with the Calabria tourism observatory.</p>
--	--	--