



Titolo ciclo di seminari	LA PROMO COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI ONLINE (WEB MARKETING TURISTICO) –
Settore Scientifico disciplinare di riferimento	SECS/P08 – Economia e Gestione delle Imprese
Docente	DOTT.SSA GIULIA EREMITA
Semestre nel quale viene impartito	Secondo semestre A.A. 2022/2023
Crediti assegnati	3 CFU (18 ore)
Giorni, Orari, Aula:	Ciclo di 6 seminari ciascuno da 3 h, così organizzati: 1° seminario il (data 4 maggio 2023 ore 10-13) 2° seminario il (data 4 maggio 2023 ore 15-18) 3° seminario il (data 5 maggio 2023 ore 10-13) 4° seminario il (data 5 maggio 2023 ore 15-18) 5° seminario il (data 11 maggio 2023 ore 10-13) 6° seminario il (data 11 maggio 2023 ore 15-18)
Prerequisiti	Possono partecipare al laboratorio non più di 30 studenti del corso di laurea in EGST che abbiano sostenuto e superato l'esame di marketing turistico e che abbiano conseguito almeno 90 CFU alla data di iscrizione. Qualora il numero delle richieste fosse superiore al numero dei posti disponibili si genererà una graduatoria sulla base di: a) media degli esami sostenuti fino alla data di iscrizione al laboratorio b) voto nell'esame di marketing turistico c) numero di CFU conseguiti fino alla data di iscrizione al laboratorio d) data di immatricolazione con precedenza per gli studenti iscritti in corso rispetto ai fuori corso.
Obiettivi formativi	Fornire le conoscenze operative sui requisiti per l'efficace costruzione di un sito web aziendale, capace di creare engagement per il proprio target di riferimento. Saper posizionare il proprio prodotto in rete e nei motori di ricerca e nei portali on line di promo commercializzazione. Saper svolgere le attività di analisi dei dati e del traffico generato con le campagne di marketing online, Saper pianificare e monitorare una campagna di marketing.
Contenuti	1° seminario 1. Distribuzione e reputazione dei prodotti turistici 2. OTA e canali online 2° seminario 1. Reputation management 2. Google business profile



	<p>3° seminario</p> <ol style="list-style-type: none">1. Posizionamento e ricerche2. Keyword research <p>4° seminario</p> <ol style="list-style-type: none">1. SEO Editing2. Strategie di contenuto <p>5° seminario</p> <ol style="list-style-type: none">1. Advertising e metriche2. Metriche e KPI <p>6° seminario</p> <ol style="list-style-type: none">1. Meta advertising2. Google advertising
<i>Metodo d'insegnamento</i>	Il laboratorio sarà realizzato in presenza
<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	<p>Costituiscono oggetto di verifica e valutazione gli esercizi che verranno assegnati nel corso del laboratorio.</p> <p>Ogni esercizio svolto sarà poi utilizzato dal docente per la predisposizione di una valutazione finale di ciascun partecipante.</p>
<i>Letture consigliate</i>	<p>Palladino D. Digital Marketing Extra Alberghiero - Hoepli (2019)</p> <p>Beltrante D. Vivere di Turismo – Dante Flaccovio Editore (2018)</p> <p>Puerto S, Travaglini A, D'Amico V. (2015). Digital Marketing Turistico. LSWR Modelli di Business.</p> <p>Puerto S, Travaglini A, D'Amico V. (2017). Hotel Digital Marketing. LSWR Modelli di Business.</p> <p>Mazzotti M. (2018). Web marketing turistico e oltre. Strategie per rilanciare la tua struttura e raggiungere il successo. HOEPLI</p> <p>Alessandrini A. (2017). Marketing turistico. Rendi visibile la tua struttura ricettiva online. Flaccovio</p> <p>Pontone D. (2017). Hotel Marketing: Come aumentare i clienti di una struttura ricettiva attraverso internet. Giunti</p> <p>Massai M. (2017) Marketing per Hotel. Tecniche e strategie per rendere il tuo hotel di successo, acquisendo clienti, aumentando le vendite e generando profitti. Bruno Editori</p>



Altre informazioni

Il riconoscimento dei CFU è subordinato alla frequenza di tutte le attività.
Ai fini del riconoscimento dei CFU saranno consentite non più di 6 ore di assenza giustificate.