

Corso di

# Marketing e comunicazione turistica

*Strategie di ideazione e promozione del prodotto turistico*



**Obiettivi :** Il turismo rappresenta un mercato che ha una elevata potenzialità nella creazione di nuovi posti di lavoro, in un Paese come l'Italia che dispone di grandi risorse storiche, artistiche, paesaggistiche e naturali. Obiettivo del corso è lo sviluppo di una capacità autonoma di gestione del marketing aziendale nelle strutture recettive medio piccole, che rappresentano la maggioranza tra quelle presenti in Italia.

**Destinatari:** proprietari di strutture ricettive e collaboratori, Istituti Tecnici turistico-alberghieri, persone che intendono lavorare nel settore turistico-alberghiero, personale delle agenzie turistiche.

## Contenuti del corso

### 1. marketing e comunicazione turistica

- definizione di marketing e le sue funzioni
- tipologia del prodotto turistico e psicologia del turista
- turista come oggetto della strategia
- cenni sul mercato turistico e le sue variabili
- il mercato dei consumatori, dei produttori e rivenditori
- la domanda di mercato
- l'offerta turistica

### 2. marketing mix turistico

- il marketing mix turistico
- programmi turistici operativi annuali
- ciclo metabolico del prodotto turistico
- considerazioni sul ciclo del prodotto turistico

- fasi del ciclo del prodotto turistico
- \_ penetrazioni
- \_ sviluppo
- \_ Maturita
- \_ Esaurimento
- Segmentazione del mercato
- Posizionamento del prodotto turistico

### **3. la comunicazione nel settore turistico**

- comunicazioni
- pubblicita
- agenzia
- stampa
- pubblicita diretta
- radio/tv
- pubblicita esterna
- il consumatore tra bisogni, desideri, stili di vita, valori e credenze
- la pubblicita nel turismo

### **4. Gli strumenti di promozione turistica**

### **5. Realizzazione della campagna pubblicitaria turistica**

- fasi
- il prodotto
- il prezzo
- il posto
- l'immagine

### **6. legame e sinergie con altre risorse del territorio**

#### 7. il canale di distribuzione del prodotto turistico

- definizione di canale
- tipologia di canale nel settore turistico
- differenze tra tour operator e tour organizer

### **8. il marketing turistico negli enti pubblici**

- introduzione al marketing pubblico
- problematiche
- organizzazione pubblica del turismo in italia

### **9. La soddisfazione del cliente : come misurarla**

### **10. La gestione della relazione con il cliente**