



Università degli studi di Cagliari  
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

<i>Titolo del seminario</i>	<b>LA PROMO COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI ONLINE (WEB MARKETING TURISTICO) – IV EDIZIONE</b>
<i>Settore Scientifico disciplinare di riferimento</i>	SECS/P08 – Economia e Gestione delle Imprese
<i>Docente</i>	<b>DOTT.SSA GIULIA EREMITA – DOTT. SIMONE PUORTO</b>
<i>Semestre nel quale viene impartito</i>	<b>Secondo</b>
<i>Crediti assegnati</i>	<b>3 (24 ore)</b>
<i>Giorni, Orari, Aula:</i>	28-29-30 MAGGIO 2018 DALLE ORE 9.00 ALLE ORE 13.00 e DALLE ORE 14.30 ALLE ORE 18.30
<i>Prerequisiti</i>	<p>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.</p> <p>Qualora il numero delle richieste sia superiore al numero dei posti disponibili si farà una graduatoria sulla base:</p> <p>a) della media degli esami sostenuti fino alla data di iscrizione al laboratorio, b) al voto nell'esame di marketing turistico, c) al numero di CFU conseguiti fino alla data di iscrizione al laboratorio; d) alla data di immatricolazione (privilegiando chi non è fuori corso rispetto ai fuori corso).</p>
<i>Obiettivi formativi</i>	<p>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.</p> <p>Saper posizionare il proprio prodotto in rete e nei motori di ricerca e nei portali on line di promo commercializzazione.</p> <p>Saper svolgere le attività di analisi dei dati e del traffico generato con le campagne di marketing online,</p> <p>Saper pianificare e monitorare una campagna di marketing.</p>
<i>Contenuti</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Introduzione al mercato: distribuzione &amp; advertising</li><li>2. Analisi delle metriche di un sito</li><li>3. I canali dell'advertising turistico</li><li>4. Pianificazione e monitoraggio di una campagna</li><li>5. User Experience</li><li>6. SEO Basics: audit &amp; editing</li></ol>



Università degli studi di Cagliari  
Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche

<b>Metodo d'insegnamento</b>	Il laboratorio viene realizzato in aula dotata di postazioni di computer per consentire ai partecipanti di realizzare immediatamente le attività richieste dal docente.
<b>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</b>	Costituiscono oggetto di verifica e valutazione gli esercizi che verranno assegnati nel corso del laboratorio. Ogni esercizio svolto sarà poi utilizzato dai docenti per la predisposizione di una valutazione finale di ciascun partecipante.
<b>Letture consigliate</b>	<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>
<b>Altre informazioni</b>	Il riconoscimento dei CFU è subordinato alla frequenza di tutte le attività. Saranno accolte solo non più di 6 ore di assenza giustificate per il riconoscimento dei CFU. E' evidente che il superamento delle stesse non dà diritto al riconoscimento.