



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

A.A. 2014/2015

<i>Insegnamento</i>	LA PROMO COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI ONLINE (TOURIST WEB MARKETING)
<i>Settore Scientifico disciplinare</i>	SECS P08
<i>Corso e Classe di studio</i>	EGST – L18
<i>Docenti</i>	PROF. GIUSEPPE MELIS E DOTT.SSA GIULIA EREMITA
<i>Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento</i>	III
<i>Semestre</i>	SECONDO SEMESTRE
<i>Crediti assegnati</i>	3
<i>Date e orario dei Seminari:</i>	3, 4, 5, 6 giugno 2015 - 10.00 13.00 / 15.00 18.00
<i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i>	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. Dalle attività di marketing online, disposizione dei budget, controllo e monitoraggio delle performance, alle attività ad alto impatto per la propria brand strategy.
<i>Contenuti dell'insegnamento</i>	1. Il sito web per una struttura ricettiva 2. L'ottimizzazione e posizionamento nei motori di ricerca 3. Il controllo e monitoraggio delle performance (web analytics e sistemi di tracciamento, etc.) 4. La distribuzione nei portali di commercializzazione, la definizione del pricing e la gestione della parity rate, la gestione della brand reputation 5. Come scegliere le attività e i canali di marketing più adeguati
<i>Metodo d'insegnamento</i>	Il laboratorio viene realizzato in aula dotata di postazioni di computer per consentire ai partecipanti di realizzare immediatamente le attività richieste dal docente.
<i>Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione</i>	Costituiscono oggetto di verifica e valutazione gli esercizi che verranno assegnati nel corso del laboratorio
<i>Lecture consigliate</i>	Travaglini A, Puerto S, D'Amico V. (2015). Digital Marketing Turistico. LSWR Modelli di Business
<i>Criteri di accesso</i>	Possono partecipare al laboratorio 25 studenti del corso di laurea in EGST che abbiano superato l'esame di marketing turistico. Qualora il numero delle richieste sia superiore al numero dei posti disponibili si farà una graduatoria sulla base: a) della media degli esami, b) del voto nell'esame di marketing turistico e c) in base al numero di CFU conseguiti.
<i>Altre informazioni utili</i>	Il corso è realizzato grazie al contributo dalla Camera di Commercio di Oristano ed è limitato alle postazioni dell'aula informatica (40). In base all'accordo sottoscritto con la CCIAA 25 postazioni sono riservati agli studenti del corso di EGST e 15 ad operatori turistici tra quelli indicati dalla stessa CCIAA che selezionerà con propri criteri. Qualora il numero dei posti riservati agli operatori non sia coperto totalmente, automaticamente gli stessi saranno destinati agli studenti del corso di EGST sulla base della graduatoria precedentemente compilata.