



Docente responsabile dell'insegnamento/attività formativa

Nome

Cognome

Denominazione insegnamento/attività formativa

Italiano

Inglese

Informazioni insegnamento/attività formativa

A.A.

L

LM

LM CU

CdS

Codice

Canale

CFU

Lingua

Docente del modulo didattico (compilare solo per attività formative articolate in moduli)

Nome

Cognome

Denominazione modulo didattico (compilare solo per attività formative articolate in moduli)

Italiano

Inglese



Obiettivi formativi e risultati di apprendimento attesi

Italiano

OBIETTIVI FORMATIVI: Fornire agli studenti le nozioni di base di web marketing in ambito turistico
CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE: Fornire agli studenti una generale comprensione dei fenomeni sociologici ed economici che muovono l'Information Age
CAPACITÀ DI APPLICARE CONOSCENZA E COMPrensIONE: Introdurre gli studenti agli strumenti di web marketing utili per strutturare un piano di web marketing di una destinazione turistica
AUTONOMIA DI GIUDIZIO: Comprendere come comunicare, promuovere e commercializzare sul web una destinazione o servizio turistico, sviluppando un'autonomia di giudizio nella scelta dei diversi utilizzi degli strumenti di web marketing
ABILITÀ COMUNICATIVE: Comprendere le norme di comunicazione online peer-to-peer proprie delle community e dei new media, al fine di sviluppare capacità di promozione-commercializzazione turistica in linea con i dettami della comunicazione online
CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO: Al termine dell'insegnamento, gli studenti saranno in grado di: Produrre un project work per analizzare un case study al fine di esaminare, commentare e suggerire implementazioni sulle azioni di web marketing messe in atto da aziende turistiche. Comprendere le strategie e gli strumenti che il web rende disponibili per promuovere e commercializzare destinazioni e servizi turistici al turista-prosumer, all'interno di nicchie di mercato online

Inglese

LEARNING OUTCOMES: Provide students with the basics knowledge of web marketing in tourism
KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING: Provide students with a general understanding of the sociological and economic phenomena that drive the Information Age
APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING: Introduce students to web marketing tools useful for structuring a web marketing plan for a tourist destination
MAKING JUDGEMENTS: Understand how to communicate, promote and market a destination or tourist service on the web, developing an independent judgment in understanding the different uses of web marketing tools
COMMUNICATION SKILLS: Understanding communities and new media and the peer-to-peer online communication standards, in order to develop marketing skills in line with the dictates of online communication
LEARNING SKILLS: At the end of the course, students will be able to: Produce a project work to analyze a case study in order to examine, comment and suggest implementations on web marketing actions of tourism companies. Understand the strategies and tools that the web makes available to promote and market tourist destinations and services to the prosumer tourists and to the niche markets



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Facsimile Scheda Insegnamento

Prerequisiti

Italiano

Conoscenze storiche, geografiche, sociologiche ed economiche di base

Inglese

Basic knowledge of history, geography, sociology and economy

Programma

Italiano

Il programma è volto a fornire un inquadramento generale per l'utilizzo del web marketing nella valorizzazione, anche economica, e nella promozione del territorio e di beni e servizi turistici legati al Made in Italy. Il tutto è volto a fornire una visione strategica nella creazione di un modello di business online inquadrato nell'Information Age e nella prospettiva evolutiva del web e del consumatore. Al termine del corso gli studenti realizzeranno un project work analizzando il modello di business online di un case study e la sua USP legata al Made in Italy

Inglese

The program is aimed at providing a general framework for the use of web marketing in the field of tourism, to enhance and to promote the territory and tourist services linked to Made in Italy. Everything is aimed at providing a strategic vision in the creation of new tourism products and services, framed in the Information Age characterized by the evolution of web and of the consumer. At the end of the course students will carry out a project work analyzing the online business model of a case study and its USP linked to Made in Italy



Modalità di valutazione

- Prova scritta
- Prova orale
- Valutazione in itinere
- Valutazione di progetto
- Valutazione di tirocinio
- Prova pratica
- Prova di laboratorio

Descrizione delle modalità e dei criteri di verifica dell'apprendimento

Italiano

Durante l'esame orale sarà approfondita la discussione di un project work realizzato dallo studente, con riferimento alle nozioni teoriche e pratiche affrontate durante le lezioni.

Inglese

During the oral examination students will discuss their project work, with reference to the theoretical and practical notions learned during the lessons.



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Facsimile Scheda Insegnamento

Testi adottati

Italiano

Dispense online a cura del docente
Libro di testo: Roberta Minazzi (2015), Social Media Marketing in Tourism and Hospitality, Springer

Inglese

Online handouts
Book: Roberta Minazzi (2015), Social Media Marketing in Tourism and Hospitality, Springer

Bibliografia di riferimento

Italiano

La bibliografia internazionale, basata anche su riviste scientifiche interdisciplinari peer-to-peer e su e-book, è indicata nella bibliografia delle dispense, a cui si aggiunge la visione di video esemplificativi per facilitare l'apprendimento attraverso case studies

Inglese

The international bibliography, based also on interdisciplinary scientific journals and e-book, is mentioned in online handouts. Indeed, videos are provided to improve the learning through real case studies



Modalità di svolgimento

- Modalità in presenza
 Modalità a distanza

Descrizione della modalità di svolgimento e metodi didattici adottati

Italiano

Il metodo didattico adottato si divide in due parti:
- parte teorica, per l'analisi dello scenario evolutivo del turismo nell'Information Age
- parte di apprendimento attraverso case studies e realizzazione di un project work per sostenere l'esame

Inglese

The didactic method adopted is divided into two parts:
- Theoretical part, with the analysis of the tourism scenario in the Information Age
- Learning by analyzing case studies and accomplishment of a project work for the final examination

Modalità di frequenza

- Frequenza facoltativa
 Frequenza obbligatoria

Descrizione della modalità di frequenza

Italiano

Lezioni frontali in aula

Inglese

Frontal lectures