SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI)
STRATEGY AND SMART INNOVATION: BASICS FOR DESTINATION MANAGEMENT

SSD: ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (SECS-P/08)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: HOSPITALITY MANAGEMENT (P31)
ANNO ACCADEMICO 2025/2026

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: DELLA CORTE VALENTINA
TELEFONO: 081-675370
EMAIL: valentina.dellacorte@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: NON PERTINENTE
MODULO: NON PERTINENTE
LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO
CANALE:
ANNO DI CORSO: III
PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I
CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Nessuno.

EVENTUALI PREREQUISITI

Nessuno.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di fornire allo studente conoscenze e capacità di utilizzo di:
- Logiche strategiche in ambiente open innovation e smart.
- Il destination management e marketing secondo un’ottica technology-based.

Inoltre, il corso offre gli spunti per un processo decisionale aperto alnetworking, finalizzato alla promo-commercializzazione di offerte integrate di servizi e fattori di attrattiva, che alimentano i flussi turistici verso le destinazioni.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di conoscere e saper comprendere le problematiche relative al destination management in ottica smart. Deve dimostrare di sapere elaborare argomentazioni relative alla gestione delle destinazioni turistiche, Il percorso formativo intende fornire agli studenti le conoscenze e gli strumenti metodologici di base necessari per analizzare le politiche di management e di marketing delle destinazioni turistiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente deve dimostrare di essere in grado di trarre le conseguenze di un insieme di informazioni per elaborare un piano di marketing di una destinazione turistica, realizzare un programma di sviluppo strategico delle destinazioni. Il percorso formativo èorientato a trasmettere le capacità e gli strumenti metodologici e operativi necessari ad applicare concretamente le conoscenze del destination marketing e management.

PROGRAMMA-SYLLABUS

- Strategie e innovazione nell'àmbito delle destinazioni turistiche.
- Open innovation e ambiente smart.
- Il destination management.
- Il destination marketing.
- La governance ed i soggetti pivot, la catena del valore.
- Il destination marketing system.
- Il ruolo dell’immagine.
- Gli strumenti tecnologici per la valorizzazione e la promozione della destinazione.
- Internet of Things nel destination management.

MATERIALE DIDATTICO

Libro di testo consigliato: Destination management e logica sistemica: un confronto internazionale, Valentina Della Corte , Mauro Sciarelli, Giappichelli, 2012.
Articoli scientifici.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Lezioni frontali 60%, team work 40%

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame

- [x] Scritto
- [ ] Orale
- [x] Discussione di elaborato progettuale
- [ ] Altro

In caso di prova scritta i quesiti sono

- [x] A risposta multipla
- [x] A risposta libera
- [ ] Esercizi numerici

b) Modalità di valutazione

35% project work, 35% paper analysis, 30% esame scritto