



UNIVERSITÀ
degli STUDI
di CATANIA

DIPARTIMENTO DI AGRICOLTURA, ALIMENTAZIONE E
AMBIENTE (Di3A)

Corso di laurea in Pianificazione e sostenibilità ambientale
del territorio e del paesaggio

Anno accademico 2021/2022 - 3° anno - Curriculum Tutela e
valorizzazione del territorio

MARKETING DEL TERRITORIO

AGR/01 - 6 CFU - 1° semestre

Docente titolare dell'insegnamento

SALVATORE BRACCO

Email: salvatore.bracco@unict.it

Edificio / Indirizzo: Via Santa Sofia 98 Catania (Di3A)

Telefono: 095-7580318

Orario ricevimento: Martedì 11-13

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si propone di applicare i principi, le teorie e le conoscenze del marketing generale al territorio per lo sviluppo endogeno, attraverso gli strumenti di politica economica per lo sviluppo locale e il connubio tra ente pubblico e imprenditoria privata per la definizione di programmi, strategie e l'elaborazioni di progetti comuni.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

Lezioni frontali ed esercitazioni.

Informazioni per studenti con disabilità e/o DSA

A garanzia di pari opportunità e nel rispetto delle leggi vigenti, gli studenti interessati possono chiedere un colloquio personale in modo da programmare eventuali misure compensative e/o dispensative, in base agli obiettivi didattici ed alle specifiche esigenze.

E' possibile rivolgersi anche ai docenti referenti CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata - Servizi per le Disabilità e/o i DSA) del nostro Dipartimento, proff. Giovanna Tropea Garzia e Anna De Angelis.

PREREQUISITI RICHIESTI

Nessuno

FREQUENZA LEZIONI

Consigliata. E' utile per partecipare alle attività formative collegiali e per approfondire i principali argomenti trattati

CONTENUTI DEL CORSO

- Funzioni e obiettivi del marketing territoriale
 - Caratteri determinanti dell'attrattività del territorio
 - Applicazione del marketing al territorio: fondamenti e conoscenze concettuali
 - Il sistema territorio: complessità delle componenti e delle relazioni
 - La funzione dei *network* del territorio
 - Analisi e segmentazione della domanda
 - Offerta del territorio nella logica del marketing attraverso le **principali componenti (materiali e immateriali), siti di notevole interesse e prodotti locali: DOP. tipici, ecc.**
 - Gli strumenti di marketing del territorio
 - Il marchio d'area: uno strumento per lo sviluppo locale
 - L'elaborazione del piano di marketing del territorio
 - La pianificazione strategica e il piano d'azione del marketing del territorio
 - La comunicazione del territorio: principali strumenti e mezzi impiegati
 - Il monitoraggio dell'azione di marketing del territorio
-

TESTI DI RIFERIMENTO

1) Caroli M.G. (2006): "*Il marketing territoriale*". Strategie per la competitività sostenibile del territorio. Franco Angeli.

2) Cercola R., Bonetti E., Simoni M. (2009): "*Marketing e strategie territoriali*". EGEA (MI)

3) Scipione A., Mazzi A. (2011): "*Gestire e promuovere il territorio*". Linee guida, strumenti operativi e casi studio. Franco Angeli (MI)

ALTRO MATERIALE DIDATTICO

Durante il corso saranno indicati i principali *link* di riferimento degli argomenti trattati eventualmente postati su *Oltre ai testi di riferimento saranno*

PROGRAMMAZIONE DEL CORSO

| Argomenti | Riferimenti testi |
|-----------|--|
| 1 | Inquadramento generale della disciplina e delle sue finalità |

| | |
|----|---|
| 2 | Definizione del territorio e criteri di delimitazione |
| 3 | Rilevazione e analisi dei principali indicatori territoriali |
| 4 | Analisi SWOT |
| 5 | Definizione ed elaborazione del Piano di sviluppo locale. |
| 6 | Elaborazione del Piano strategico e operativo. |
| 7 | Interpretazione dei principali risultati dell'applicazione del Piano operativo. |
| 8 | Analisi Benchmark |
| 9 | La comunicazione del territorio |
| 10 | Mezzi utilizzati per la promozione, la comunicazione e la divulgazione del territorio |
| 11 | Metodo di valutazione dei risultati della comunicazione |

VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

Prova di esame è orale (O). All'esame Secondo o studente deve portare un relazione scritta relativa all'analisi di un'area oppure all'approfondimento di un argomento a sua scelta, oppure tra quelli suggeriti dal docente. L'esame verterà prevalentemente sulla relazione e sui principali argomenti trattati a lezione.

ESEMPI DI DOMANDE E/O ESERCIZI FREQUENTI

Contenuti e fini del marketing territoriale

Metodo dell'analisi del territorio

La rilevazione dei principali indicatori

Piano strategico e piano operativo

La delocalizzazione di attività produttive: forma, scopi, vantaggi e svantaggi.

Analisi SWOT utilità e metodologia di elaborazione

Analisi Benchmark funzioni e fini

Funzione e fini della comunicazione

L'azione degli stakeholder interni ed esterni al territorio
