



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

A.A. 2014/2015

<i>Insegnamento</i>	LA NATURA EMOZIONALE DEL VIAGGIO: IL CONTRIBUTO DEL NEURO-MARKETING
Settore Scientifico disciplinare	SECS P08
Corso e Classe di studio	EGST – L18
Docenti	PROF. GIUSEPPE MELIS – PROF.SSA DANIELA PETTINAO
Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento	<u>III</u>
Semestre	SECONDO SEMESTRE: 18 MARZO 2015
Crediti assegnati	1
Orario Seminari:	10.00 13.00 / 15.00 18.00
Obiettivi formativi dell'insegnamento	Il viaggio si nutre di emozioni. Un viaggio senza emozioni è qualcosa che non lascia traccia. A partire da questa considerazione il seminario ha lo scopo di presentare in due momenti distinti in che modo le emozioni possono essere utilizzate nei processi di marketing da parte di imprese e destinazioni che vogliono intercettare una domanda sempre più esigente e preparata e allestire proposte di offerta capaci di coinvolgere in modo pro-attivo il viaggiatore in esperienze indimenticabili.
Contenuti dell'insegnamento	<u>Prima parte</u> (mattina) <ul style="list-style-type: none">- Le emozioni: cosa sono, come agiscono, come si manifestano- Le neuroscienze e il contributo alle attività di marketing <u>Parte seconda</u> (pomeriggio) <ul style="list-style-type: none">- Il neuro marketing: strumenti e metodologie- Le applicazioni nel turismo
Metodo d'insegnamento	Didattica frontale con presentazione di slide, filmati ed esperienze personali
Verifiche dell'apprendimento / procedure di valutazione	Il diritto all'acquisizione del CFU è subordinato alla predisposizione di una relazione compresa tra 3 e 5 pagine nella quale lo studente 1) deve rispondere alle seguenti domande: <ul style="list-style-type: none">a. In che modo a tuo avviso le emozioni influiscono nelle decisioni?b. Trovi che le emozioni siano un elemento che indebolisce la razionalità dei processi decisionali?c. In che modo il marketing del turismo e delle destinazioni turistiche possono avvalersi delle neuroscienze?d. Se dovessi proporre un tema di ricerca basato sugli argomenti trattati nel seminario, cosa ti piacerebbe studiare e approfondire? 2) esprimere la propria valutazione sul seminario, in una scala da 1 (poco) a 5 (molto), sui seguenti aspetti: <ul style="list-style-type: none">a. interesse per l'argomento trattato

	<p>b. interesse ad approfondire ulteriormente l'argomento trattato</p> <p>c. utilità rispetto al processo di apprendimento personale e legato alle discipline del corso di studi in EGST</p>
<i>Lecture consigliate</i>	Fancesco Gallucci, Marketing emozionale e neuroscienze. Seconda edizione, EGEA, 2014.
<i>Altre informazioni utili</i>	