



Cod. 1365.2.21
pp. 148, € 19,50

Collana: Scienze e professioni del turismo — Studi e ricerche

Paolo Desinano

Destination management

Prospettive teoriche e modelli applicativi

L'approccio al destination management, espressione che identifica il complesso di studi ed esperienze riguardanti la gestione delle destinazioni turistiche, è stato sviluppato spesso secondo prospettive ora geografiche, ora artistiche, ora antropologiche, ora sociologiche. Tutte legittime, in funzione dei rispettivi scopi e metodi d'indagine, ma insufficienti per lo sviluppo della destinazione in termini di business.

Questo lavoro intende introdurre un punto di vista che vede la destinazione come sistema di produzione della sua offerta turistica focalizzando gli effettivi soggetti che concepiscono, progettano, implementano, vendono e gestiscono i prodotti turistici da essa generati. Inoltre, dato il percorso formativo e professionale dell'autore, la prospettiva di business è stata a sua volta sviluppata nel segno dell'informatica, interpretata in termini di efficacia prima ancora che di efficienza.

Il libro, che raccoglie contributi pubblicati in occasioni diverse nell'ultimo decennio, si rivolge a studiosi, consulenti e studenti, ma anche a business manager e pubblici amministratori interessati ad approfondire l'articolata tematica del destination management.

Paolo Desinano, laurea in informatica a Pisa, è partner Incipit Consulting dove si occupa di ricerca, formazione e consulenza sulle applicazioni informatiche al business turistico, sia in ambito aziendale che territoriale. Già ricercatore di sistemi informativi presso il Centro Studi sul Turismo (CST) di Assisi (1985-2014), professore a contratto presso l'Università di Perugia (1992-2014), docente video presso il Consorzio universitario NETTUNO per l'Università a distanza, è attualmente professore a contratto presso l'Università Europea di Roma. Per la FrancoAngeli è autore, tra gli altri, anche del libro *La destinazione e i suoi prodotti* (con Oderisi Nello Fiorucci, 2018).

Per acquistare:
vendite@francoangeli.it
www.francoangeli.it

Indice

Prefazione (Business turistico oltre gli attrattori; Destination management; Il libro)

Destination management. Un approccio orientato al business (Introduzione; Informatica, imprese turistiche e destinazioni; La complessità del destination management; Il CRM di destinazione; Una presenza web basata sui prodotti; Conclusioni)

Parte prima – Prospettive teoriche

Informatica, imprese turistiche e destinazioni. Una prospettiva di sviluppo integrato (Introduzione; Offerte turistiche, destinazioni e informatica. Una problematica complessa; La reingegnerizzazione delle imprese nella prospettiva della destinazione; Imprese e management della destinazione; Lineamenti per lo sviluppo di un DMS; Conclusioni; Riferimenti)

Destination management: temi e prospettive di una problematica complessa (Introduzione; La complessità del prodotto turistico; Ancora sulla componente territoriale del prodotto turistico; La competitività delle destinazioni; Destinazione, distretto turistico e distretto industriale; Destination management e category management; Conclusioni; Riferimenti)

Parte seconda – Modelli applicativi

Servizi IAT e informatica. Opzioni di destination management in prospettiva CRM (Introduzione; Servizi IAT e destination front line; Il CRM nella gestione della front line; Opzioni informatiche innovative per i servizi IAT; Il sistema informativo per i servizi IAT; Conclusioni; Riferimenti)

Modello multiportale e prodotti turistici. Un'opportunità per i turismi di nicchia (Introduzione; La prima generazione dei portali turistici territoriali; Web e turismo dei borghi. Alcune riflessioni; Verso il modello del multiportale di prodotti; Conclusioni; Riferimenti)