

Prognoza budućnosti turističkih destinacija – vizije, paradigme i scenariji

Profesor Luiz Moutinho, Zakladna katedra za marketing, Poslovna škola Adam Smith, Sveučilište u Glasgowu, Škotska

28. siječnja 2014.

Terme Tuhelj, Hrvatska

Prof. Luiz Moutinho vodi Zakladnu katedru za marketing na Poslovnoj školi Adam Smith Sveučilišta u Glasgowu u Škotskoj. Njegova područja znanstvenog rada obuhvaćaju biomarketing, neuroznanost u marketingu, evolucijske algoritme, ljudsko-računalnu interakciju, primjenu umjetnih neuronskih mreža u marketingu, modeliranje ponašanja potrošača, predviđanje budućnosti, marketing i turistički marketing. Objavio je 129 članaka u uglednim stručnim časopisima, kao i 26 knjiga.

TKO BI TREBAO SUDJELOVATI?

Ova je konferencija zamišljena ne bi li donositelje ključnih odluka u putničkoj, turističkoj i ugostiteljskoj djelatnosti potaknula na razmišljanje i proširila im vidike. Tu bi se trebali okupiti predsjednici uprava, direktori, voditelji službi, stručni savjetnici i istraživači koji žele nešto doznati o čitavom nizu novih paradigmi, trendova, scenarija i koncepata koji uvjetuju preobrazbu suvremenog svijeta i društva te tako uvelike djeluju i utječu na buduća kretanja na području turizma.

KOJE ĆE SE TEME OBRAĐIVATI?

- Emotivna autentičnost, transparentnost, povjerenje, voluntarizam, etiketiranje odmora, multiopcijski potrošač, mobilna informacijska tehnologija, višeosjetilna i čulna odredišta, ugljično neutralni i niskougljični hoteli, inteligentna turistička odredišta, vizualno pripovijedanje.
- Oglašavanje sadržajima koje stvaraju potrošači, planiranje iskustava, transmedijsko planiranje, nišne društvene mreže.
- Semantičko oglašavanje, suzdržanije korištenje društvenih medija, magnetski marketing, rudarenje podataka, mentalitet eventualnosti ("za svaki slučaj"), aplikacijska ekonomija i emocijonija.

Prijave: www.iedc.si/fcot

KOJI SU CILJEVI PROGRAMA?

Predstaviti nove koncepte i pomno razmotriti nove perspektive koje mijenjaju društvo i tržišta – društvene vrijednosti, ponašanje potrošača, tehnologije koje izazivaju poremećaje, nove tržišne strukture, globalizacija/deglobalizacija, netradicionalni obrasci tržišnog natjecanja i dr.

Krenuti na zajedničko putovanje radi otkrivanja novih pogleda na budućnost, pomno razmotriti vjerojatne, novonastale i neočekivane scenarije te zajednički doći do novih predviđanja koja će utjecati na turističku djelatnost u čitavom svijetu, a poglavito na području Alpa i Jadrana, Hrvatske i Mađarske.

Kritički preispitati paradigmatičke pomake, ključne koncepte u (r)evoluciji upravljanja turističkim odredištima, nove uloge i promjene u stavovima potrošača, mapiranje iskustava, eksperimentiranje kao novi planski proces, strategiju zasnovanu na otkrivanju, trendove na području programa koje pokreće rukovodstvo i stvaranje vizija za odredišta.

Program će se odvijati na engleskom jeziku uz simultani prijevod na hrvatski jezik.

IEDC-Poslovna škola Bled u sudjelovanju sa Termama Tuhelj i Udrugom poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske.