

LA COMUNITA' DEL GARDA E LA RICERCA TESI DI LAUREA SUL GARDA

Università: Università degli Studi di Verona

Facoltà: Facoltà di Economia

Titolo: **IL LAGO DI GARDA E IL TURISTA:
ALCUNI SPUNTI PER VALUTARE LA QUALITA'
PERCEPITA DEL SERVIZIO TURISTICO**

Relatore: Prof. Franco BRESSAN

Laureando: Maria Grazia BERTANI

Anno Accademico: 2001/2002

Argomenti trattati:

Turismo e turista: definizioni e classificazioni

Il turismo nella storia: brevi cenni

Sulla definizione di turismo

Delimitazione della figura del turista

Due classificazioni di turista

Dalla domanda al prodotto: il ruolo del turista

Le fasi che caratterizzano la domanda turistica

Il prodotto turistico dal punto di vista del cliente

La domanda di turismo nella teoria economica

Il turista come attore del sistema destinazione

Perché puntare sulla qualità del servizio turistico?

La qualità come strumento per competere

Le norme UNI EN ISO 9001:2000 e UNI EN ISO 9004:2000

La qualità nel turismo

Italia e lago di Garda: i flussi della domanda turistica a confronto

Le dimensioni del fenomeno turistico: la posizione dell'Italia nel contesto mondiale

I flussi della domanda turistica in Italia dal 1997 al 2000

La destinazione lago di Garda

Alcune visioni del sistema destinazione per il lago di Garda

**Il questionario Europlan: uno strumento per conoscere la qualità percepita
del servizio turistico**

Il questionario

Classificazione delle informazioni in base al modello concettuale di Parasuraman, Zeithaml e Barry

Modalità di somministrazione di informatizzazione dei dati e di codifica dei questionari

Alcune caratteristiche dei rispondenti

Le cinque strutture a confronto

Analisi delle distribuzioni di risposta ai vari item

Le tre dimensioni della qualità indagate e la consistenza interna degli item raggruppati misurata con lo stimatore.....

La scelta della metodologia di analisi della qualità percepita

L'analisi dello scalogramma di L.Guttman

La costruzione dello scalogramma per le dimensioni tecnica, ambientale e relazionale

I fattori chiave che condizionano le aspettative dei clienti nei 792 questionari analizzati

Un Customer Satisfaction Index per i 792 questionari Europlan

Fedeltà del turista del lago di Garda: il caso hotel Campagnola

Fedeltà e soddisfazione

Operatori del lago di Garda e fedeltà del turista

Il caso Hotel Campagnola

Alcune caratteristiche dei clienti Hotel Campagnola arrivati nel 2001

Un osservatorio per il turismo per il lago di Garda

Perché costituire un osservatorio turistico per il lago di Garda

Ostacoli alla realizzazione dell'Osservatorio

Un'ipotesi di applicazione del modello proposto dalle norme ISO 9000 a una destinazione turistica

Conclusioni