



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratory 1 - Milano Turismo

1920-3-E1501N107

Obiettivi formativi

Individuare e valorizzare dei punti della Milano metropolitana a forte potenzialità di attrazione turistica non adeguatamente tematizzati e presentati nelle guide turistiche tradizionali.

Contenuti sintetici

1. Il turismo a Milano: alcuni dati. - Obiettivo: analisi dei dati sul turismo a Milano
2. Milano dopo EXPO' - Obiettivo: verificare e discutere l'eredità di EXPO' 2015
3. Milano blue-green - Obiettivo: identificare le nuove opportunità turistiche offerte dalla Milano metropolitana oltre la 'Cerchia dei bastioni'.
4. Relazioni finali. - Obiettivo: definire una mappa delle 'nuove' opportunità turistiche non sufficientemente valorizzate a Milano

Due incontri fuori sede (tra i cinque indicati) da definire (in funzione del numero degli studenti): 1) Visita all'ecomuseo di Milano Nord 2) Visita al museo Prada 3) Visita ed escursione al parco Agricolo Sud 4) Visita ed escursione sul Naviglio Grande 5) Visita a Magenta

Programma esteso

Il laboratorio si articola in sei incontri di cui quattro in sede e due da definirsi in funzione del numero di studenti partecipanti. Obiettivo del laboratorio è quello di individuare e valorizzare dei punti della Milano metropolitana a forte potenzialità di attrazione turistica non adeguatamente tematizzati e presentati nelle guide turistiche tradizionali.

Le date degli incontri fuori sede verranno definite nei primi incontri in sede e in funzione delle esigenze degli studenti.

<https://www.ledizioni.it/prodotto/esplorare-la-metropoli-aspetti-socio-territoriali-della-grande-milano/>

2) Turismo e Milano: alcuni dati - Obiettivo: analizzare dati sul turismo a Milano

In altre parole, esiste una forte differenza di capacità di attrazione turistica tra Milano città centrale e Milano metropolitana. Dal punto di vista turistico Milano rimane una città fortemente centripeta che non valorizza appieno le molte opportunità offerte dalla metropoli. Ma la città, dove pure era nato, nel 1894, il Touring Club, fino a tempi recenti non aveva metabolizzato del tutto l'idea di poter diventare una grande città turistica.

3) Milano blue-green - Obiettivo: verificare e analizzare i punti di forza di Milano

3) Milano blue-green - Obiettivo: identificare le nuove opportunità turistiche offerte dalla Milano metropolitana oltre la 'Cerchia dei bastioni'.

4) Relazioni finali. - Obiettivo: definire una mappa delle 'nuove' opportunità turistiche non sufficientemente valorizzate a Milano

Prerequisiti

Prerequisiti

Non sono richiesti prerequisiti

Metodi didattici

Metodi didattici

Discussione dei temi da parte degli studenti e attività sul territorio con relazione finale.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Modalità di verifica dell'apprendimento

Valutazione dei materiali prodotti e della relazione finale

Testi di riferimento

Testi di riferimento

Scaricabili gratuitamente al sito:

<https://www.ledizioni.it/prodotto/marra-et-al-ricentrare-la-citta/>

<https://www.ledizioni.it/prodotto/esplorare-la-metropoli-aspetti-socio-territoriali-della-grande-milano/>
