UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Organizzazione dell'Intermediazione

2122-2-E1501N101

Obiettivi formativi

Conoscenza e Comprensione

Il modulo, si propone di far conoscere i grandi cambiamenti avvenuti in questi ultimi 20 anni nel settore dell'intermediazione turistica, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, con particolare riferimento ai rapporti avvenuti fra l'organizzazione, la distribuzione e il cliente finale. Verranno introdotti argomenti di estrema attualità in merito alla distribuzione turistica digitale e ai cambiamenti in atto dovuti al Covid19, agli effetti sul mondo del turismo e al nuovo rapporto tra distribuzione turistica e turista digitale nell'era Covid.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso permette agli studenti di comprendere meglio le dinamiche distributive nel turismo dei primi 20 anni del millennio e i possibili scenari futuri, riconoscendo i ruoli dei vari soggetti della filiera, i principali ambiti economici e di responsabilità, nell'ottica di un miglior inserimento all'interno di diversi settori turistici e in particolar modo quello delle OTA, delle agenzie di viaggi e dei tour operator.

Contenuti sintetici

Analisi delle dinamiche e dei canali che regolano il sistema dell'intermediazione turistica fra le imprese che gestiscono la domanda, le imprese che rappresentano l'offerta e il cliente finale

Programma esteso

Brevi cenni di storia del turismo e dell'intermediazione

Cenni di marketing del turismo

I diversi canali distributivi

Distinzione tra Tour operator - Agenzie di Viaggi - OTA

Definizione di distribuzione off line e on line

Analisi dei principali fenomeni aggregativi dell'ultimo ventennio

Analisi dei contratti che regolano i rapporti commerciali tra gli attori della filiera

Il prodotto turistico: definizioni e testimonianze

Formule remunerative nella vendita dei servizi e pacchetti

Pricing: mark-up e commissione

Business Travel e Leisure Travel: La travel policy e il contratto di viaggio

Analisi delle principali caratteristiche dei contratti di compravendita dei pacchetti turistici

Normative in tema di organizzazione e intermediazione

Fenomeni commerciali: Last Minute - Advance Booking - Dynamic Pricing

Il turismo e l'intermediazione nell'era digitale

L'impatto dei social nelle strategie distributive

La reazione del settore alla pandemia di COVID 19

Gli effetti del COVID sull'intermediazione turistica e possibili scenari futuri

Prerequisiti

Adeguate conoscenze di tecnica turistica e ragionevoli capacità di apprendimento, di scrittura e di comunicazione orale. Conoscenza base della lingua inglese e degli strumenti informatici per meglio comprendere la terminologia e il funzionamento di alcuni strumenti di lavoro e di vendita

Metodi didattici

Didattica frontale in aula o video lezioni a distanza (nel caso non fosse possibile la didattica in presenza)

Lingua: Italiano

Saranno frequenti le testimonianze di ospiti appartenenti ad aziende importanti del settore

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame in laboratorio informatico che prevede una prova a scelta multipla basata su un numero di almeno 30 domande

Solo l'ottenimento di un punteggio minimo di (es: 18 risposte corrette su 30) potrà consentire allo studente di accedere a una prova orale che potrà confermare, aumentare o diminuire il voto conseguito durante lo scritto.

Le modalità di svolgimento dell'esame potrebbero subire variazioni (dovute ad esempio alle modalità in presenza o a distanza) durante l'anno che verranno comunicate giorni prima della prova da sostenere.

Testi di riferimento

Becheri E. & Biella A. L’organizzazione dell’intermediazione nella filiera del turismo. Maggioli Editore; Rimini 2013

Ulteriore materiale didattico verrà presentato e comunicato nel corso delle lezioni