



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

---

-----  
-----  
-----  
Definizione di distribuzione off line e on line

-----  
-----  
-----  
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

-----

L'impatto dei social nelle strategie distributive

-----  
-----

## **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

---