UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# COURSE SYLLABUS

# Further Foreign Language Skills for Tourism - English

**2122-2-F7601M063**

## Obiettivi formativi

**Obiettivi formativi**

Il programma sviluppa le capacità orali degli studenti per discutere e esprimere le proprie opinioni sugli aspetti della situazione attuale nel settore del turismo e ospitalità. Gli obiettivi del corso saranno raggiunti attraverso un'attenta ricerca di varie tematiche del turismo.

***Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno in modalità mista: parziale presenzae lezioni videoregistrate asincrone / sincrone.***

## Contenuti sintetici

**Contenuti sintetici**

Il corso si tratte di:

A background to tourism

Why study tourism?

What are the main impacts of tourism?

Tourism today

Types of holidays

Niche market tourism

What makes countries attractive?

Culture and tourism

Trends in tourism

Chinese tourists pave a new route across Europe

Tourism development

Writing skills – emails

Economic impacts of tourism

Hotel and tourism English

Sustainable tourism

A career in tourism

Writing skills – basic principles for a good CV

Applying for jobs

Writing skills – the content of a covering letter of application

Chinese domestic tourism

Marketing and tourism

Promoting a destination

Describing a tourist attraction

Factors affecting the travel and tourism industry

Tourism in a world of technology

The future of tourism

## Programma esteso

**Programma esteso**

Il processo di globalizzazione dei mercati ha determinato un forte impulso al prodotto “turismo”, ampliandone la gamma delle risorse e richiedendo a chi vi opera capacità professionali aggiornate e competenze sempre più sviluppate. Il turismo è uno dei settori portanti dell'economia italiana e diverrà sempre più importante con l'aumento del tempo libero e della mobilità geografica delle persone. La crescita del settore offre importanti occasioni di lavoro ma impone anche la formazione di operatori qualificati, in grado di comprendere e governare un mercato molto competitivo. Di fronte ad un mercato sempre più complesso e competitivo, in una realtà nella quale i consumatori / turisti richiedono prodotti nuovi e personalizzati, le imprese turistiche devono affrontare un’innovazione culturale, organizzativa e gestionale tale da supportare un’offerta adeguata. Il mondo dell’ospitalità deve adeguarsi alla costante richiesta di miglioramento della qualità del servizio e deve essere in grado di misurare efficacia ed efficienza dei sistemi di gestione utilizzati in una prospettiva di crescita e sviluppo. Il percorso di studio porterà gli studenti a conoscere come gestire e organizzare i servizi turistici-culturali, con un focus particolare sulla territorialità, dalla sua comunicazione al turismo sostenibile. La padronanza della lingua inglese consente gli studenti di valorizzare loro capacità in ambito nazionale e internazionale.

## Prerequisiti

### Prerequisiti

E’ suggerito almeno un livello B2 (Quadro Europeo di Riferimento per le Lingue Straniere / Common European Framework of Reference for Languages)

## Metodi didattici

### Metodi didattici

Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno in modalità completamente da rimota in videoconferenza sincrona.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

### Modalità di verifica dell'apprendimento

La prova di accertamento è orale. E' verte sui seguenti argomenti trattati nella dispensa: ‘Laurea Magistrale in Economia del Turismo - UCL’, da dott. R. Anderson.

## Testi di riferimento

**Testi di riferimento**

La dispensa - Lingua Inglese – ‘Laurea Magistrale in Economia del Turismo - UCL’, Dott. R Anderson. Disponibile sulla piattaforma di dott. Robin Anderson. *Aggiornato ogni anno.

## Periodo di erogazione dell’insegnamento

**Periodo di erogazione dell’insegnamento**

2 semester

## Lingua di insegnamento

**Lingua di insegnamento**

Inglese