



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Urban Tourism

2223-2-E1501N097

Obiettivi formativi

Offrire un inquadramento generale sul tema del turismo urbano. Lo studente sarà messo in grado di analizzare le politiche del turismo e del tempo libero attuate dalle grandi città (metropoli italiane, europee, americane e asiatiche), sviluppando capacità analitiche e visione strategica in tema di attrattività e sviluppo turistico locale.

Contenuti sintetici

Il corso affronta il tema del city-based tourism indagandone lo sviluppo nel tempo, fino alla nuova dimensione post-fordista che vede le città attrezzarsi e rilanciarsi per diventare nuovamente attraenti nella competizione globale. Consumi culturali, tempo libero e immagine fanno da sfondo all'emersione di elementi specifici di attrattività che verranno analizzati nel dettaglio. Tra questi: i grandi musei, i mega eventi, le opere contemporanee dei grandi architetti e molti altri aspetti che consentono alle città di mantenere posizionamento e reputazione acquisiti. Il corso rifletterà anche sullo shock vissuto dal turismo urbano a seguito della diffusione del coronavirus, sulle reazioni e sulle proposte per il rilancio del turismo nelle città, che vanno ad aggiungersi alle strategie che le città turistiche già utilizzano per essere competitivi nello scenario internazionale.

Programma esteso

Il corso si divide in più momenti.

Nella parte introduttiva si proporrà un inquadramento generale del tema del turismo urbano, affrontando teorie, politiche e pratiche, per poi analizzare le principali strategie di sviluppo turistico e approfondire i temi del marketing territoriale e del city branding. Un'attenzione particolare sarà data al contesto italiano.

Nella seconda parte si analizzeranno gli aspetti e le dimensioni più rilevanti nella competizione tra le città, affrontando quelli che sono definiti "i 10 elementi di attrazione urbana"

1. Green city: l'importanza del verde urbano
2. Archistar: la presenza di opere architettoniche di grandi architetti
3. Film commission e movie induced tourism
4. Waterfront: la riscoperta della risorsa blue
5. Musei importanti: traino turistico per eccellenza
6. Megaeventi: creare valore a 360°
7. Eventi culturali ripetuti
8. Lightscape urbano: le luci della città
9. Smart e sharing city: accessibilità e connettività
10. Heritage tourism: la riscoperta della memoria storica

A questi si aggiunge un ulteriore elemento legato alla sicurezza in senso ampio (sanitaria, sociale, ...) in cui si approfondiranno gli impatti del COVID19 sul turismo urbano, le risposte governative e le strategie adottate dalle città per rilanciarsi nella competizione turistica internazionale. Inoltre si analizzeranno le nuove tendenze turistiche emerse a seguito del lockdown e in condizione di allerta sanitaria.

Il corso prevede una parte laboratoriale da condurre in gruppi di studenti lavorando sui temi affrontati a lezione.

Prerequisiti

--

Metodi didattici

Il corso sarà erogato in presenza e in italiano.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Gli esami saranno svolti in presenza.

Chi ha partecipato ai lavori di gruppo in aula verrà valutato su quanto prodotto e presentato durante il corso. Chi non ha preso parte ai lavori di gruppo in aula verrà valutato attraverso un test scritto da svolgersi in laboratorio informatico nelle sessioni dedicate. In entrambi i casi gli studenti sono chiamati a dimostrare di aver compreso i contenuti del corso e di essere in grado di applicarli al contesto turistico attuale.

Testi di riferimento

I materiali di studio sono:

1. Bernardi M., Marra E. (2022). ATTRATTIVITÀ TURISTICA E DISTINZIONE URBANA: Elementi di competizione nella metropoli contemporanea. Ledizioni, Milano

2. piccola dispensa messa a disposizione online dal docente

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE | ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
