UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Organizzazione dell'Intermediazione

2223-2-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 25 domande + 5 domande con risposta aperta per una durata totale di 1 ora

L'esame potrà essere verbalizzato anche con l'ottenimento del punteggio dopo la prova scritta.

Con l'ottenimento di un punteggio minimo di 18 lo studente avrà anche la possibilità di accedere facoltativamente 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

Il materiale di studio verrà messo a disposizione sulla bacheca del corso durante il corso delle lezioni

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ