UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Managing Tourism Companies (blended)

2223-2-F7601M061-F7601M058M

Obiettivi formativi

Il corso si concentrerà sul management delle aziende nei settori del turismo, dei viaggi (travel) e della cultura. Il corso adotterà un approccio pratico e basato su casi di studio chiedendo agli studenti di lavorare insieme per sviluppare un modello di business per un'impresa che opera nei settori del turismo, dei viaggi e/o della cultura.

Contenuti sintetici

Contenuti chiave:

Concetti base di management, in particolare strategia e organizzazione;

Modelli di business sostenibili e community based nei settori del turismo, dei viaggi e della cultura;

Digitalizzazione e approcci place based alla governance del sistema turistico.

Programma esteso

1 La natura delle organizzazioni e delle strutture organizzative
2 Concetti base di strategic management
3 Imprenditorialità: dall'idea imprenditoriale al business plan (focus community based tourism & impatto sociale)
4 Governance del sistema turistico
5 Lavoro sui project work

Prerequisiti

Concetti base di Economia Aziendale.

Metodi didattici

Lezioni frontali del docente con la partecipazione attiva degli studenti; relatori ospiti; lavori di gruppo preparati e discussi durante il corso. Altre opportunità esperienziali per gli studenti, individualmente o in gruppo, saranno proposte dal docente (ad esempio guardare film, partecipare ad eventi, visitare organizzazioni).

Modalità di verifica dell'apprendimento

Studenti frequentanti: esame scritto e project work.

Studenti non frequentanti: prova orale e memo di ricerca.

Testi di riferimento

Articoli forniti dal docente

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Semestre primaverile

Lingua di insegnamento

Italiano

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI | PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI