UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Management of Tourism Enterprises

2425-1-F4901N102

Obiettivi formativi

Gli studenti saranno in grado di gestire gli aspetti manageriali e di marketing di imprese ed enti che operano nel settore del turismo, secondo un approccio di tourism business ecosystem.
Gli studenti saranno in grado di comprendere le principali politiche nazionali che orientano i comparti più rilevanti del settore. Inoltre saranno in grado di analizzare e ridefinire i principali modelli di business delle imprese turistiche, lavorando in un ambiente complesso, caratterizzato dalla green & digital transformation.

Contenuti sintetici

Il corso propone un focus sul settore turistico, attraverso una revisione globale dei principi e delle politiche di gestione del turismo. Traccia l'evoluzione e lo sviluppo futuro delle principali industrie turistiche e le sfide che devono affrontare i manager del turismo in questo settore in rapida crescita dell'economia mondiale, con particolare attenzione alle questioni contemporanee che interessano le imprese come la sostenibilità, la trasformazione digitale, l'impatto delle tensioni politiche sull'economia mondiale, instabilità e sicurezza delle destinazioni e turismo post-pandemia.
Si concentra inoltre sullo sviluppo sostenibile evidenziando la sfida del cambiamento climatico e della futura crescita del turismo, analizzando fenomeni con Last Chance Tourism e overtourism.

Programma esteso

Turismo: origini, crescita e futuro
L'ecosistema delle imprese turistiche
Analisi dei settori: turismo in entrata/in uscita; turismo MICE; Accessibilità e mobilità turistica; Turismo del benessere; Turismo culturale; Turismo ricreativo; Turismo di lusso

Domanda e offerta
SOspitalità
Tour operator e agenzie di viaggio
Attrazioni ed eventi
Il settore pubblico e il turismo
Turismo sostenibile
Turismo digitale

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

In linea di massima:

- Il 40% del corso è organizzato come didattica erogativa (lezioni frontali con diapositive, audio e video)
- Il 30% del corso è organizzato come didattica erogativa non sincrona (videolezioni erogate tramite piattaforma e-learning), secondo le nuove linee guida accademiche
- Il 30% del corso è organizzato come didattica interattiva (presentazione di casi studio con commenti degli studenti, project work di gruppo o individuali, preparati e discussi durante il corso).

Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta organizzata come segue:

- 6 domande a risposta aperta (si richiede agli studenti di elaborare per ogni domanda un breve testo, in modo da valutarne la comprensione dell'argomento e la capacità di sintesi critica dei concetti)
- 4 domande a risposta multipla (si forniscono agli studenti più opzioni di risposta, tra cui scegliere quella corretta, al fine di valutare la loro comprensione di argomenti dettagliati)

In alteernativa:

Project work, con consegna e presentazione a fine corso e Prova scritta organizzata come segue:

- 3 domande a risposta aperta (si richiede agli studenti di elaborare un breve testo per ogni domanda, in modo da valutarne la comprensione dell'argomento e la capacità di sintetizzare criticamente i concetti) richiedono al rispondente di elaborare un breve testo sull'argomento
- 2 domande a scelta multipla (si forniscono agli studenti più opzioni di risposta, tra cui scegliere quella corretta, al fine di valutare la loro comprensione di argomenti dettagliati)

Testi di riferimento

Slide

Libro Stephen J. Page (2019). Tourism Management, Routlledge, 6th Edition

Altre risorse- Case study + articoli scientifici

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ