



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 4 - Convention bureau

2526-3-E1501N110

Obiettivi formativi

Acquisire conoscenze specifiche nel campo della Meeting Industry con particolare riferimento al funzionamento dei Convention Bureau nella loro funzione di aggregatori dell'offerta nelle destinazioni congressuali di riferimento.

Contenuti sintetici

- 1 - Il mercato degli eventi aggregativi in Italia
- 2 - Eventi come strumenti di comunicazione
- 3 - Le parti in gioco: destinazioni, organizzatori, operatori professionali
- 4 - Marketing del turismo congressuale: il ruolo dei Convention Bureau
- 5 - Il Libro Bianco del Congressuale
- 6 - Figure professionali e mercato del lavoro
- 7 - Standard professionali
- 8 - Sostenibilità nel settore degli eventi

Programma esteso

LEZIONE 1 - Il sistema congressuale e degli eventi aggregativi in Italia

Definizione di MICE, Meeting Industry, caratteristiche del mercato congressuale e sua segmentazione, valore economico, valori occupazionali, valori sociali.

LEZIONE 2 - I Convention Bureau in Italia

Diffusione dei CB sul territorio nazionale, assetto societario, composizione del capitale, numero di associati, modelli di governance, territorialità e rappresentanza.

LEZIONE 3 - L'attività e il ruolo dei CB nella promozione delle destinazioni

Promozione e marketing della destinazione, mappatura delle location e dei servizi per la Meeting Industry, attività di raccordo tra associati e operatori, gestione delle candidature nazionali ed internazionali, il Bid Book.

LEZIONE 4 - Meeting Industry: le parti in gioco

Analisi del ruolo di istituzioni, promotori di eventi, associati, enti locali, congressisti.

LEZIONE 5 - MICE e fattori di competizione fra destinazioni

Meeting Industry e flussi turistici. Beni materiali e immateriali quali fattori di competizione per lo sviluppo della Meeting Industry.

LEZIONE 6 - Presentazione dei Project Work di fine laboratorio

Prerequisiti

Conoscenza del mercato turistico e sua segmentazione, nozioni di marketing territoriale.

Metodi didattici

Lezioni frontali e interattive.

Esercitazioni.

Ricerche condotte in aula.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Questionari di verifica.

Project work finale.

Testi di riferimento

PP. Mariotti, A. Zeni, H. Pechlaner (2012)

I Convention Bureaux Locali - EURAC Research in Congress Today

PG. Cozzi (2023)

Comunicare con gli eventi - Franco Angeli

S. Cherubini, E. Bonetti, G. Iasevoli, R. Resciniti (2020)

Il valore degli eventi - Franco Angeli

A. Accatino (2014)

Il dizionario degli eventi - Cooper

C. Guala (2009)

Mega Eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana - Carocci editore

M. Mailander (2014)

Il nuovo marketing dei sistemi territoriali - Ed. Gruppo 24 Ore

AA. VV. (2010)

Professional Meeting management. Manuale europeo MPI - Ed. Congress Today

Sustainable Development Goals

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
