UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratorio 10 - Moda e turismo

2627-3-E1501N116

Obiettivi formativi

L'insegnamento intende fornire una preparazione interdisciplinare sulle relazioni tra il sistema moda e il settore turistico, approfondendo il ruolo della moda quale fattore di attrattività territoriale, leva di competitività delle destinazioni e componente strategica dell'offerta turistica contemporanea.

Al termine del corso lo studente sarà in grado di:

- conoscere i principali modelli teorici e le dinamiche evolutive del fashion tourism e del luxury tourism (Descrittore di Dublino 1);
- analizzare il ruolo della moda nella valorizzazione delle destinazioni turistiche e nelle strategie di destination branding e place branding (DdD1-DdD2);
- applicare strumenti di marketing, comunicazione e progettazione per sviluppare esperienze turistiche innovative legate al sistema moda (DdD2);
- valutare criticamente le implicazioni economiche, sociali e ambientali del fashion tourism, con particolare riferimento ai principi della sostenibilità e dell'economia circolare (DdD3);
- presentare e discutere in modo efficace analisi di casi e progetti, utilizzando un linguaggio appropriato e lavorando in gruppo (DdD4);
- sviluppare capacità di aggiornamento autonomo attraverso l'analisi della letteratura scientifica, di report di settore e di casi aziendali (DdD5).

Contenuti sintetici

L'insegnamento analizza il rapporto tra moda e turismo attraverso un approccio interdisciplinare. Sono approfonditi l'evoluzione del fashion tourism, il turismo esperienziale e del lusso, le destinazioni della moda, il destination branding, il marketing e la comunicazione digitale, la sostenibilità del sistema moda e la progettazione di esperienze turistiche innovative.

Programma esteso

Programma esteso

Modulo 1 – Introduzione al Fashion Tourism

Evoluzione del rapporto tra moda e turismo
Turismo esperienziale e turismo del lusso
Definizioni e modelli del Fashion Tourism
La moda come fattore di attrattività territoriale
Le capitali della moda e la competizione internazionale

Modulo 2 – Moda, patrimonio culturale e turismo

Moda e Grand Tour
Evoluzione storica della relazione tra viaggi e moda
Maison di moda come destinazioni culturali
Fashion week, eventi e fiere internazionali
Musei della moda e patrimoni industriali

Modulo 3 – Destinazioni della moda

Shopping tourism
Luxury shopping destinations
Outlet village e retail tourism
Destination branding e place branding
Analisi di casi italiani e internazionali

Modulo 4 – Marketing e comunicazione

Marketing territoriale
Marketing turistico applicato alla moda
Storytelling delle destinazioni
Social media e influencer marketing
Collaborazioni tra brand, hospitality e destinazioni
Strategie di comunicazione integrata

Modulo 5 – Moda, turismo e sostenibilità

Turismo sostenibile
Slow Fashion e Slow Tourism
Economia circolare
ESG e sostenibilità delle destinazioni
Analisi critica di casi studio

Modulo 6 – Progettazione di esperienze di Fashion Tourism

Progettazione di itinerari ed esperienze
Fashion experience
Partnership tra imprese della moda, musei, hotel e destinazioni
Tecnologie digitali, realtà aumentata e intelligenza artificiale
Sviluppo di un project work finale

Prerequisiti

Non sono richieste conoscenze disciplinari specifiche. Costituisce elemento utile una conoscenza di base dei principi del turismo e del marketing.

Metodi didattici

L'insegnamento è erogato in lingua italiana.

L'insegnamento prevede 42 ore di attività didattica articolate in:

- Didattica erogativa (DE): lezioni frontali dedicate alla presentazione dei principali modelli teorici, degli strumenti concettuali e dei casi di studio.
- Didattica interattiva (DI): analisi e discussione di casi nazionali e internazionali, esercitazioni individuali e di gruppo, presentazioni degli studenti, attività laboratoriali e sviluppo di un project work dedicato alla progettazione di un'esperienza di Fashion Tourism.

Le attività sono svolte in presenza con obbligo di frequenza come da regolamento didattico.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'apprendimento sarà verificato attraverso la realizzazione e la presentazione di un project work di gruppo, finalizzato alla progettazione di un prodotto o di un'esperienza di fashion tourism.

La valutazione terrà conto di:

- correttezza nell'applicazione dei concetti teorici;
- capacità di analizzare il contesto territoriale e di mercato;
- qualità progettuale e grado di innovazione della proposta;
- integrazione degli aspetti di sostenibilità, marketing e comunicazione;
- capacità di argomentazione e di presentazione del progetto;
- utilizzo appropriato della terminologia disciplinare.

Durante il corso potranno essere previste attività intermedie (esercitazioni, discussione di casi, presentazioni) con funzione formativa e di monitoraggio dell'apprendimento, che contribuiranno allo sviluppo del project work ma non costituiranno prove valutative autonome.

Testi di riferimento

Bibliografia di approfondimento sarà indicata durante il corso in relazione agli argomenti trattati.

Sustainable Development Goals

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