



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### 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 QUALITÀ | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | CONSUMO E PRODUZIONE  
RESPONSABILI | PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

---