UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratorio 3 - Il turismo business e il turismo MICE

2627-3-E1501N109

Obiettivi formativi

1. Conoscenza e capacità di comprensione
   Gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle dinamiche del settore degli eventi, con particolare attenzione al mercato congressuale, ai principali stakeholder e alle tendenze globali che lo influenzano, tra cui digitalizzazione, sostenibilità, innovazione, intelligenza artificiale e nuovi modelli di partecipazione.

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate
   Gli studenti saranno in grado di applicare le conoscenze acquisite alla progettazione, pianificazione e gestione di eventi complessi, utilizzando strumenti di project management, strategie di marketing, modelli di acquisizione congressuale e approcci data-driven a supporto delle decisioni.

3. Autonomia di giudizio
   Gli studenti svilupperanno capacità critiche e decisionali nella valutazione delle strategie di gestione degli eventi, considerando aspetti organizzativi, tecnologici, economici e sociali, con attenzione all'impatto etico, alla responsabilità sociale e alla sostenibilità misurabile.

4. Abilità comunicative
   Gli studenti potenzieranno le proprie competenze comunicative, imparando a presentare e "vendere" un progetto di evento in modo efficace a diversi interlocutori (clienti, sponsor, istituzioni, partner), utilizzando linguaggi, strumenti digitali e tecniche di storytelling adeguati ai vari contesti.

5. Capacità di apprendere
   Gli studenti svilupperanno capacità di apprendimento continuo, utili per adattarsi all'evoluzione del settore, aggiornarsi rispetto alle nuove tecnologie, ai format emergenti e alle trasformazioni del mercato, accrescendo costantemente le proprie competenze professionali.

Contenuti sintetici

• Introduzione all'industria dei congressi – il mondo associativo, il mondo corporate, il ruolo dei PCO (Professional Congress Organiser).
• Il futuro dei meeting e degli eventi: innovazione, sostenibilità, trasformazione digitale e intelligenza artificiale.
• Comunicare e "vendere" un congresso: marketing, comunicazione, storytelling e contenuti digitali dell'evento.
• Come acquisire un congresso associativo: i diversi step, la costruzione di relazioni di lungo periodo e il posizionamento della destinazione.
• Organizzare un congresso: project management, nuovi formati, participant experience e gestione della complessità.
• La filiera del turismo business e MICE come ecosistema di valore.
• Eventi e responsabilità sociale: dai progetti CSR alle strategie ESG, con attenzione alla misurazione dell'impatto e alla legacy dell'evento.
• Sponsorizzazioni e partnership: gestione, strategie, branded experiences e nuovi modelli di collaborazione.
• Grandi eventi sportivi e corporate come modelli di innovazione, engagement e gestione integrata.
• Eventi e tecnologie emergenti: AI generativa, AR/VR, data analytics, piattaforme digitali e strumenti di personalizzazione.
• Presentazione di case histories.
• Lavori di gruppo.

Programma esteso

Il corso esplora in profondità il complesso ecosistema degli eventi, concentrandosi sugli stakeholder coinvolti e sulle dinamiche di gestione che garantiscono il successo di ogni iniziativa.
Gli studenti impareranno a identificare e coordinare i numerosi ruoli professionali necessari per la pianificazione e l'esecuzione di eventi, analizzando le competenze specifiche richieste per ciascun ruolo e l'evoluzione delle professionalità richieste dal mercato.

Contenuti principali

1. Stakeholder degli Eventi
   • Identificazione e ruolo degli stakeholder principali (organizzatori, sponsor, fornitori, partecipanti, istituzioni).
   • Strategie di gestione della complessità dei ruoli e delle professionalità coinvolte.
   • Nuove competenze richieste: consulenza strategica, contenuti, tecnologia, sostenibilità e gestione dei dati.
2. Evoluzione del Settore degli Eventi
   • Analisi delle tendenze attuali e future.
   • Impatti del cambiamento sugli organizzatori e sul cliente finale.
   • Adattamento a nuove tecnologie, format digitali, ibridi e phygital.
   • Centralità dell'esperienza del partecipante e del community building.
3. Opportunità nel Mercato Congressuale
   • Opportunità offerte dal mercato congressuale e associativo per le destinazioni.
   • Benefici occupazionali, integrazione culturale, scambio di idee e sviluppo della ricerca scientifica.
   • Valorizzazione delle destinazioni come hub di innovazione, conoscenza e crescita economica.
4. Acquisizione di Congressi Internazionali
   • Esigenze e criteri di scelta per l'acquisizione di congressi internazionali.
   • Strategie di promozione delle destinazioni e delle strutture ricettive.
   • Ruolo dei convention bureau, delle istituzioni e degli ecosistemi locali di innovazione.
   • Case study di successo e best practices.
5. Trend Globali e Futuro degli Eventi
   • Sostenibilità e misurazione dell'impatto ambientale e sociale.

• Digitalizzazione, intelligenza artificiale e data analytics come strumenti di supporto alla progettazione, alla gestione e alla valutazione degli eventi.
• Esperienze immersive e phygital (fisico-digitale).
• Inclusività, diversity ed equity come valori per gli eventi del futuro.
• I grandi cambiamenti geopolitici ed economici e il loro impatto sulle scelte di destinazione, sulla sicurezza e sulla gestione del rischio.
• Visione futura: eventi come piattaforme di networking, innovazione, legacy e impatto sociale.

Prerequisiti

Nessuno, a parte una ottima conoscenza della lingua italiana.
Diverse sessioni avranno le slides in lingua inglese.
Questo corso è rivolto a professionisti del settore degli eventi, organizzatori di congressi, manager di destinazioni turistiche, studenti di management del turismo e chiunque sia interessato a sviluppare competenze nel campo della gestione degli eventi.

Metodi didattici

Lezioni in presenza - Didattica Erogativa (DE)

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'apprendimento verrà verificato sulla base del coinvolgimento diretto degli studenti durante le lezioni ed i risultati dei vari lavori di gruppo.

Testi di riferimento

I testi di riferimenti saranno definiti dal docente affidatario.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

1° semestre 2026

Lingua di insegnamento

Italiano/Inglese

Sustainable Development Goals

CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI