UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

# SYLLABUS DEL CORSO

## Organizzazione dell'Intermediazione

**2627-2-E1503N020**

### Obiettivi formativi

Conoscenza e Comprensione

Il modulo, si propone di far conoscere i grandi cambiamenti avvenuti in questi ultimi 30 anni nel settore dell'intermediazione turistica, sia dal punto di vista qualitativo che quantitativo, con particolare riferimento ai rapporti avvenuti fra l'organizzazione, la distribuzione e il cliente finale. Verranno introdotti argomenti di estrema attualità in merito alla distribuzione turistica digitale e ai cambiamenti in atto dovuti al Covid19, agli effetti sul mondo del turismo e al nuovo rapporto tra distribuzione turistica e turista digitale nell'era Covid. Verrà infine presentati i primi concetti legati all'Intelligenza Artificiale e come questa sta impattando e impatterà sull'evoluzione della distribuzione di servizi turistici

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso permette agli studenti di comprendere meglio le dinamiche distributive nel turismo dei primi 25 anni del millennio e i possibili scenari futuri, riconoscendo i ruoli dei vari soggetti della filiera, i principali ambiti economici e di responsabilità, nell'ottica di un miglior inserimento all'interno di diversi settori turistici e in particolar modo quello delle OTA, delle agenzie di viaggi e dei tour operator.

Autonomia di giudizio

Lo studente potrà sviluppare capacità critica nel valutare l'efficacia dei diversi canali distributivi e nella scelta delle strategie di intermediazione, ponderando vantaggi e svantaggi in base a contesti specifici (es. target, mercati, tecnologie).

Abilità comunicative

Lo studente potrà acquisire competenze nel descrivere, argomentare e presentare le caratteristiche e i ruoli dei canali dell'intermediazione turistica, dei soggetti che fanno parte della filiera turistica e degli strumenti utilizzati in ambito turistico, comunicando in modo chiaro (anche tecnico) contenuti articolati.

Capacità di apprendimento e sviluppo

Gli studenti saranno posti nelle condizioni di poter sviluppare una predisposizione a seguire l’evoluzione del settore (es. digitalizzazione, OTA emergenti, AI), aggiornandosi e adeguando le proprie competenze operative e organizzative in modo continuo e autonomo.

## Contenuti sintetici

Analisi delle dinamiche e dei canali che regolano il sistema dell’intermediazione turistica fra le imprese che gestiscono la domanda, le imprese che rappresentano l’offerta e il cliente finale

## Programma esteso

Brevi cenni di storia del turismo e dell'intermediazione

Cenni di marketing del turismo

I diversi canali distributivi

Distinzione tra Tour operator - Agenzie di Viaggi - OTA

Definizione di distribuzione off line e on line

Analisi dei principali fenomeni aggregativi dell'ultimo ventennio

Analisi dei contratti che regolano i rapporti commerciali tra gli attori della filiera

Il prodotto turistico: definizioni e testimonianze

Formule remunerative nella vendita dei servizi e pacchetti

Pricing: mark-up e commissione

Business Travel e Leisure Travel: La travel policy e il contratto di viaggio

Analisi delle principali caratteristiche dei contratti di compravendita dei pacchetti turistici

Normative in tema di organizzazione e intermediazione

Fenomeni commerciali: Last Minute - Advance Booking - Dynamic Pricing

Il turismo e l'intermediazione nell'era digitale

L'impatto dei social nelle strategie distributive

La reazione del settore alla pandemia di COVID 19

Gli effetti del COVID sull'intermediazione turistica e possibili scenari futuri

L'intelligenza artificiale e l'impatto che avrà sul settore

## Prerequisiti

Adeguate conoscenze di tecnica turistica e ragionevoli capacità di apprendimento, di scrittura e di comunicazione orale. Conoscenza base della lingua inglese e degli strumenti informatici per meglio comprendere la terminologia e il funzionamento di alcuni strumenti di lavoro e di vendita

## Metodi didattici

L'insegnamento si compone di 19 lezioni frontali svolte con le seguenti modalità didattiche:

- 1 lezione introduttiva da 2 ore svolta in modalità erogativa in presenza
- 16 lezioni da 3 ore svolte in modalità erogativa in presenza di cui 8-10 con la presenza e il supporto di un testimonial esterno appartenente ad aziende importanti di settore;
- 2 lezioni da 3 ore svolte in modalità mista in presenza: erogativa e interattiva
- Lingua: Italiano
- Alcune lezioni (massimo 5) potrebbero essere svolte a distanza previa comunicazione effettuata attraverso la bacheca elettronica

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame in laboratorio informatico che prevede una prova a scelta multipla basata su un numero di almeno 25 domande + 5 domande con risposta aperta per una durata totale di 1 ora

L'esame potrà essere verbalizzato anche con l'ottenimento del punteggio dopo la prova scritta.

Con l'ottenimento di un punteggio minimo di 18 lo studente avrà anche la possibilità di accedere facoltativamente a una prova orale che potrà confermare, aumentare o diminuire il voto conseguito durante lo scritto.

Le modalità di correzione delle domande chiuse prevederanno 1 punto per ogni risposta corretta - 0 punti per ogni risposta errata - punteggio tra 0,1 e 0,2 nel caso in cui si dichiari di non conoscere la risposta. Le domande aperte avranno un limite di parole da utilizzare e saranno valutate con un punteggio compreso tra 0 e 1 a seconda del grado di correttezza della risposta fornita.

Le modalità di svolgimento dell'esame potrebbero subire variazioni (dovute ad esempio alle modalità in presenza o a distanza) durante l'anno che verranno comunicate giorni prima della prova da sostenere.

## Testi di riferimento

Il materiale di studio verrà messo a disposizione sulla bacheca del corso durante il corso delle lezioni

## Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ | PARITÁ DI GENERE | LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA | IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE | RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE