	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	**A.A.:**	**2026-2027**	**PIANO DIDATTICO (PARTE INTEGRANTE DEL REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO)**																		
2	**TIPOLOGIA DI CORSO:**		**Master Universitario di I livello**																		
3	**TITOLO:**		**MTSM - Master in Tourism Strategy and Management**																		
4																					
5	***N.B. Le celle in grigio sono a compilazione automatica e non vanno modificate***																				
6	**INSEGNAMENTI**										**MODULI DIDATTICI (EVENTUALI)**				**COPERTURA INSEGNAMENTI**						
7	**codice (segreteria)**	**denominazione insegnamenti in lingua italiana e in lingua inglese**	**CFU (1)**	**settore scientifico-disciplinare (2)**	**ore di attività (3)**	**responsabile insegnamento (4)**	**tipo di verifica (5)**	**valutazione verifica (6)**	**sintesi obiettivi formativi (7)**	**sintesi contenuti (8)**	**denominazione moduli (9)**	**CFU (10)**	**settore scientifico-disciplinare (11)**	**ore di attività (12)**	**forma didattica (13)**	**ore di attività (14)**	**tipo di copertura (15)**	**nome docente o "bando" (16)**	**settore scientifico-disciplinare (17)**	**Dipartimento o altro Ateneo o Ente di appartenenza (18)**	**TIPOLOGIA COLLABORAZIONE ESTERNA: (A) Affidamento diretto o art. 8 DPCM n. 593 - (B) Bando - (C) conferimento diretto max 16 ore (19)**
8		BUSINESS ADMINISTRATION	2	ECON-06/A	16	Alessandro Capocchi	Prova orale	30	Conoscere e valutare l'andamento economico-finanziario aziendale e i principi contabili.	Elementi di bilancio e di controllo di gestione. Principi contabili di base. Budgeting & Planning.		2	ECON-06/A	16	Frontale	8	Interna	Alessandro Capocchi	ECON-06/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
9															Frontale	8	Interna	Francesca Magli		Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
10		STRATEGIC ANALYSIS & MANAGEMENT	3	ECON-07/A	24	Barbara Del Bosco	Prova scritta	30	Conoscere gli strumenti per l'analisi strategica e la definizione e implementazione di strategie volte ad ottenere un vantaggio competitivo sostenibile.	L'analisi strategica. Il vantaggio competitivo. Le strategie corporate e di business. Gli aspetti organizzativi e l'implementazione delle strategie.		3	ECON-07/A	24	Frontale	24	Interna	Barbara Del Bosco	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
11		TOURISM PILLARS	3	ECON-07/A	28	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Conoscere i principi alla base della strategia nazionale per il turismo, la governance, gli elementi di innovazione e le differenti declinazioni di turismo	Il turismo come motore di sviluppo economico-sociale. I trend turistici nazionali e internazionali. Il Piano Strategico del Turismo. I pilastri strategici. La governance. L'innovazione.		3	ECON-07/A	28	Frontale	16	Interna	Alice Mazzucchelli	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
12															Esercitazione	12	Interna	Debora Tortora		Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
13		EVENT & TOURIST EXPERIENCE DESIGN	3	ECON-07/A	28	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Conoscere e ridefinire le modalità di analisi, progettazione e gestione dei prodotti turistici e degli eventi in termini di travel and tourist experience.	Gli eventi: dalla progettazione alla realizzazione. Eventi e grandi eventi. Pianificazione, gestisce e controllo delle attività promozionali e di marketing relative ad eventi e grandi eventi. Progettazione di nuovi prodotti e servizi turistici nell'ambito dell'event tourism.		3	ECON-07/A	28	Frontale	16	Esterna	Alessandro Siviero	ECON-07/A	Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana - SUPSI	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
14															Seminario	12	Esterna	Franco Balestrieri		ICS Maugeri	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
15		PLACE BRANDING & SUSTAINABLE DEVELOPMENT	3	ECON-07/A	28	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Acquisire conoscenze e competenze in merito ai principali fenomeni legati al place branding, allo sviluppo e alla promozione dei territori. Approfondire gli strumenti teorici e metodologici per l'analisi e l'interpretazione del territorio.	Marketing territoriale e place branding. Posizionamento delle destinazioni nel mercato turistico. Valorizzazione dei territori. Sviluppo sostenibile. Impatto economico, sociale e ambientale. Costruzione e gestione di reti territoriali.		3	ECON-07/A	28	Frontale	8	Esterna	Chiara Mauri	ECON-07/A	Università LIUC - Carlo Cattaneo	(A) affidamento diretto o di contratti, a titolo gratuito o oneroso, con esperti di alta qualificazione, in possesso di un significativo curriculum scientifico o professionale, anche sulla base di specifiche convenzioni con enti pubblici e istituzioni di ricerca di cui all'art. 8 del DPCM 30 dicembre 1993 n. 593
16															Esercitazione	12					
17															Seminario	8	Esterna	Moreno Rognoni		Responsabile consumer marketing, @Alpitour World	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
18		TOURISM MARKETING & COMMUNICATION	4	ECON-07/A	44	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Conoscere gli strumenti e le tecniche di comunicazione d'impresa e saper pianificare e gestire un piano di comunicazione. Impostare l'offerta turistica con logiche e strumenti di marketing. Conoscere i principi di marketing turistico. Apprendere le tecniche e gli strumenti per affrontare un mercato del turismo sempre più martech	Comunicazione aziendale, strumenti di pianificazione per la promozione e la comunicazione del prodotto turistico, attori e ruoli nel communication system. Conoscere l'ambiente di marketing, la pianificazione di marketing e le sue fasi, il marketing mix, il territorio come prodotto turistico. Digital Marketing. Main trends in sales management. Budget e redditività delle vendite. Personal selling. Public speaking. Marketing Funnel Strategy.		4	ECON-07/A	44	Frontale	16	Interna	Alice Mazzucchelli	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
19															Esercitazione	12	Interna	Roberto Chierici	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
20															Laboratorio	8	Interna	Angelo Di Gregorio	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
21																8	Esterna	Andrea Alemanno		IPSOS DOXA	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
22		DESTINATION MANAGEMENT	6	ECON-07/A	64	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Presentare gli elementi base del destination management per l'impostazione del prodotto/servizio territorio.	La destinazione come prodotto turistico: componenti. Il ruolo del marketing territoriale: la rete delle relazioni fra attori, risorse e strumenti. L'offerta di un territorio: modelli per la sua valorizzazione. Attori e ruoli nel destination management. Casi di offerta integrata.		6	ECON-07/A	64	Frontale	8	Interna	Alice Mazzucchelli	ECON-07/A	Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
23															Frontale	8	Esterna	Laura Gavinelli		Libero Professionista e consulente	(A) affidamento diretto o di contratti, a titolo gratuito o oneroso, con esperti di alta qualificazione, in possesso di un significativo curriculum scientifico o professionale, anche sulla base di specifiche convenzioni con enti pubblici e istituzioni di ricerca di cui all'art. 8 del DPCM 30 dicembre 1993 n. 593
24															Esercitazione	24					
25															Laboratorio	16					
26															Seminario	8	Esterna	Chiara Pinnavaia		Libero Professionista e consulente	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
27		EXPERIENCE FOOD&WINE & LUXURY TOURISM	2	ECON-07/A	20	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Acquisire conoscenze a 360 gradi su uno dei più importanti segmenti del comparto turistico, ossia il turismo esperienziale di alta gamma. Acquisire competenze	Il turismo esperienziale di alta gamma e il luxury tourism. Luxury experience driven marketing. Analisi di best practice e casi di successo. Turismo enogastronomico e antropologia del cibo. Hospitality e strutture ricettive di alta gamma.		2	ECON-07/A	20	Frontale	8	Esterna	Annalisa Cavaleri		Giornalista professionista food and wine & Esperta di marketing e comunicazione. Professore a contratto di food marketing, semiotica del cibo e antropologia del cibo presso IULM e Università Cattolica	(A) affidamento diretto o di contratti, a titolo gratuito o oneroso, con esperti di alta qualificazione, in possesso di un significativo curriculum scientifico o professionale, anche sulla base di specifiche convenzioni con enti pubblici e istituzioni di ricerca di cui all'art. 8 del DPCM 30 dicembre 1993 n. 593
28															Esercitazione	12					
29		ENGLISH FOR TOURISM	3	L-LIN/12	40	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Sviluppare le conoscenze e le competenze comunicative per gestire relazioni professionali nel settore del turismo.	English Conversation, approfondimento del lessico tecnico del turismo.		3	L-LIN/12	40	Esercitazione	24	Esterna	Bando			(B) Bando
30															Laboratorio	16	Esterna	Lea Maderna		Libero Professionista e consulente	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
31		OFFICE AUTOMATION	3	ECON-07/A	36	Roberto Chierici	Prova scritta	30	Conoscere e saper utilizzare i principali strumenti di produttività personale.	Microsoft Office AI Tools		3	ECON-08/A	36	Esercitazione	8	Esterna	Raffaello Luly		SEMPLICISSIMO "Marketing House"	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
32															Esercitazione	4	Esterna	Andrea Alemanno		IPSOS DOXA	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
33															Esercitazione	24	Interna	Roberto Chierici		Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia	
34		PERSONAL SKILLS & PERSONNEL DEVELOPMENT	3	ECON-08/A	28	Cristiano Ghiringhelli	Prova scritta	30	Costituire un team di lavoro efficace e orientato al raggiungimento degli obiettivi, motivare e automotivarsi. Impostare correttamente il Curriculum Vitae Principi base per la gestione del colloquio di lavoro.	La comunicazione efficace all'interno del team, dinamiche di gruppo e gestione dei rapporti difficili. La gestione e il raggiungimento degli obiettivi individuali e di gruppo: motivazione e superamento degli ostacoli. La stesura del CV e la gestione del colloquio in azienda.		3	ECON-08/A	28	Frontale	8	Interna	Cristiano Ghiringhelli	ECON-08/A	Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione "Riccardo Massa"	
35															Esercitazione	12					
36															Seminario	8	Esterna	Ilenia Bua		Consulente e professionista HR esperta di DEI	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso
37										IL CONTESTO.Il turismo in Italia: contesto, numeri e					Esercitazione	12	Esterna	Francesco Sottosanti		Professionista di settore	(C) conferimento diretto max 16 ore a titolo oneroso

Firma del proponente del corso:

_____

Data _____

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
38		TOURISM SYSTEM	9	ECON-07/A	108	Alice Mazzucchelli	Prova orale	30	Acquisire competenze relative ai principali aspetti gestionali del settore turistico attraverso esercitazioni e case history presentate da professionisti.	professioni. Le professioni nel turismo. L'indice di Fiducia del Viaggiatore. LA FILIERA. L'outgoing. L'incoming. L'agenzia di viaggio. Il network della distribuzione. Le O.L.T.A. (On Line Travel Agency). Volo & Destinazione. Dinamiche d'hotellerie. Il noleggio auto. L'aviazione"privata". Fleet Management. I servizi ancillari. MODELLI DI TURISMO. Cenni di geografia del turismo. Turismo sostenibile. Turismo responsabile. Turismo accessibile. Turismo religioso. Turismo d'affari. Gli enti del turismo. Turismo di crociera. Le guide turistiche. Il M.I.C.E. Le tecniche di vendita. COMUNICAZIONE. Strategia di comunicazione integrata. La comunicazione WEB. Siti & Social. Rapporti con i media - Ufficio Stampa. LEGALE. Diritto privato del turismo organizzato. Fiscalità del turismo. Le assicurazioni nel Turismo. TECNOLOGIA. I processi e l'automazione. La moneta elettronica. Le tecnologie di prenotazione. I tools leisure & business. Management delle imprese di trasporto. I big data nel turismo.		9	ECON-07/A	108	Esercitazione	96	Esterna	F.T.O. - Federazione Turismo Organizzato		Convenzione F.T.O. - Federazione Turismo Organizzato	Convenzione
39		TOTALE ORE/CFU (escluso stage)	44		464							44		464		464					
40		STAGE	15		375							15		375		375					
41		PROVA FINALE **(20)**	1									1									
42		**TOTALE ORE/CFU**	**60**		**839**							**60**		**839**		**839**					

Firma del proponente del corso:

_____

Data _____