

Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Technological Trends and Applications in Tourism
Codice insegnamento	31006
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico- Disciplinare	NN
Lingua	Inglese
Corso di Studio	Corso di laurea magistrale in Management del Turismo
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	prof. Marianna Sigala, Marianna.Sigala@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/economics- management/academic-staff/person/1025
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
Anno/i di corso	1
CFU	6
Ore didattica frontale	36 Online
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	18 Online
Sintesi contenuti	This course explores emerging technological developments and their application within the tourism sector, with a particular focus on data-driven innovation. It aims to provide students with a critical understanding of how digital technologies shape the production, distribution, and consumption of tourism experiences. Topics may include, but are not limited to: big data analytics and business intelligence in tourism; AI and personalization; smart destinations; augmented and virtual reality; blockchain applications; platform economies; and sustainable digital innovation. Students will be encouraged to evaluate the

	implications of technological adoption for competitiveness, visitor
	engagement, and responsible tourism development
Argomenti	
dell'insegnamento	
Parole chiave	
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	
Obbligo di frequenza	
	Concessor of compressions
Obiettivi formativi specifici e	·
risultati di apprendimento	Lo studente/La studentessa acquisisce competenze e capacità
attesi	specifiche per affrontare le problematiche gestionali nell'ottica della
	direzione di imprese turistiche, dello sviluppo e promozione di
	destinazioni turistiche e della programmazione e gestione di sistemi
	turistici integrati e di singoli servizi in termini strategici,
	organizzativi e amministrativi con una prospettiva internazionale e interculturale.
	Lo studente/La studentessa acquisisce la competenza di
	comprendere e analizzare in modo quantitativo i fenomeni turistici
	al fine di supportare i processi decisionali aziendali.
	Capacità di applicare conoscenza e comprensione
	Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di comprendere
	ed analizzare le problematiche che caratterizzano il settore turistico
	attraverso l'applicazione di teorie e modelli e l'adozione di adeguati
	strumenti per la gestione di imprese turistiche.
	Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di utilizzare
	modelli atti all'analisi del mercato turistico.
	Lo studente/La studentessa acquisisce padronanza nella gestione
	delle risorse umane e nell'attribuire il giusto valore alla cultura
	d'impresa.
	Lo studente/La studentessa acquisisce altresì competenze nella
	contabilità e nel finanziamento di progetti atti allo sviluppo
	aziendale.
	Lo studente/La studentessa acquisisce la capacità di interpretare e
	usare indicatori sintetici di interesse per le politiche di sviluppo
	economico e di mercato di destinazioni turistiche così come di
	singole imprese del settore.

	statistico-quantitative per la descrizione, il monitoraggio e la
	valutazione delle problematiche caratterizzanti il sistema turistico.
	Autonomia di giudizio
	acquisire la capacità di selezionare dati e utilizzare le informazioni appropriate per descrivere un problema che attiene alla gestione delle aziende turistiche così come associazioni e consorzi e destinazioni turistiche
	acquisire la capacità di mettere in relazione modelli ed evidenze empiriche nello studio delle aziende turistiche, delle associazioni, consorzi e destinazioni turistiche
	Abilità comunicative Il laureato/La laureata magistrale sarà in grado di comunicare efficacemente in forma orale e scritta i contenuti specialistici delle singole discipline, utilizzando registri diversi a seconda dei destinatari e degli scopi comunicativi e didattici, e di valutare gli effetti formativi della sua comunicazione. Le abilità comunicative scritte ed orali sono particolarmente sviluppate nelle attività formative svolte per la preparazione della tesi di laurea magistrale, nella discussione di casi aziendali e nelle lezioni interattive che prevedono discussioni di gruppo e il confronto di analisi individuali. Capacità di apprendimento di individuare collegamenti tematici e di stabilire relazioni tra diversi casi e contesti di analisi. di inquadrare un nuovo problema in modo sistematico e di
	generare tassonomie appropriate. di elaborare modelli generali, a partire dai fenomeni studiati.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	
Criteri di valutazione	
Bibliografia obbligatoria	
Bibliografia facoltativa	
Altre informazioni	

Lo studente/La studentessa comprende e usa metodologie



Obiettivi di Sviluppo	
Sostenibile (SDGs)	