



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Laboratorio 8 - Comunicazione televisiva applicata al turismo

2021-3-E1501N114

---

#### Obiettivi formativi

#### COMUNICAZIONE TELEVISIVA APPLICATA AL TURISMO

Area cultura e multimedialità

Codice E1501N061

Docente: Nicolò Leotta

[nicolo.leotta@unimib.it](mailto:nicolo.leotta@unimib.it)

Da Expo Milano 2015 a Dubai Expo 2021

*“Smart Cities Cooperation”*

#### 1. BREVE DESCRIZIONE

Nel **2021** sarà **Dubai** a raccogliere il testimone dell'Esposizione Universale di Milano del 2015 riaffermando il filo conduttore della sostenibilità ambientale con le risorse del pianeta come **tema fondante** del prossimo **Expo Dubai 2021**. Così come suggerisce la *mission* scelta per Expo Dubai 2021, la soluzione ai problemi del pianeta può maturare solo attraverso la collaborazione tra le diverse culture, la cooperazione tra Nazioni e soprattutto connettendo le menti tra loro in un continuo **brain storming** per raggiungere traguardi sempre più importanti e con maggiore consapevolezza.

Nasce così il tema **Connecting minds, Creating the future**, un tema che è stato anticipato proprio dal Padiglione degli Emirati Arabi Uniti in occasione di Expo Milano 2015, il cui *concept* che si rifaceva al tema “Nutrire il Pianeta” non a caso si intitolava “Cibo per la mente, delineare e condividere il futuro”. Una trama ben intrecciata e un argomento che lascia molto spazio alle innovazioni e al confronto tra il “**modello Milano**” e il “**modello Dubai**”.

Da questo passaggio di testimone fra i due “modelli expo” si dipartono le tre aree tematiche di Expo Dubai 2020: **Opportunità, Sostenibilità, Mobilità** oggetto di studio degli studenti del **Lab di Comunicazione Televisiva Applicata al Turismo** che, attraverso interviste/incontri, avranno come compito principale di individuare e interrogare *player* locali, etnici e internazionali sul tema specifico di una “**cultura della sostenibilità**” da **Milano città mondo (Expo 2015) a Dubai città del futuro (Expo 2021)**.

*Due Smart Cities che, in cooperation and partnership, intendono testimoniare le eccellenze territoriali* nei settori dell’università per l’intercultura, della moda visionaria, dell’arredamento responsabile, del turismo di comunità, dell’energia rinnovabile, della nautica da diporto, della mobilità elettrica, della comunicazione integrata, dell’agro-alimentare condiviso, dell’arte diffusa per le **legacies di Expo Milano & Expo Dubai 2021-2030**.

## PROGRAMMA

Come si realizza un **format televisivo turistico** partendo dalle risorse territoriali, culturali, paesaggistiche, artistiche, imprenditoriali, musicali di un distretto urbano della città metropolitana del Post Expo 2015? Quali sono i passaggi metodologici per rilevare, valutare, costruire un prodotto multimediale dell’identità territoriale metropolitana milanese in funzione della *legacy* di Expo 2015 per Dubai Expo 2021? Chi sono gli **stakeholders** locali, etnici e internazionali da coinvolgere in un piano di “**marketing territoriale turistico**” della città metropolitana lombarda? Come si mette a punto e si attua un piano di pubblicità e di comunicazione turistica integrata per progettare e promuovere itinerari da Milano Expo a Dubai Expo?

Implementando il progetto **da Expo Milano 2015 a Dubai Expo 2021: “Smart Cities Cooperation”** si individueranno percorsi mirati per la valorizzazione e promozione delle eccellenze della città metropolitana milanese da proiettare nello scenario della Esposizione Universale del 2021. Lo studente (inserito in una *start-up* di comunicazione televisiva turistica integrata) ha l’opportunità di produrre e realizzare itinerari metropolitani riconducibili al processo di “Marketing Territoriale Turistico da Milano Expo a Dubai Expo” a partire dalla ricerca delle risorse locali all’analisi *swot*, dalla valutazione geografica del territorio alle implicazioni sociali dei flussi turistici, dalle tecniche di segmentazione al marketing operativo, dall’applicazione delle nuove tecnologie per l’*incoming* alle nuove *app* “**Milano-Dubai: Smart Cities Cooperation**”.

## LETTURE CONSIGLIATE

- Leotta N., *Photmetropolis, Modelli urbani e sociologia visuale*, CUEM Milano, 2001 (con DVD).
- Leotta N., (a cura di) *La nascita di una università nuova: Milano-Bicocca. Dal lavoro di fabbrica alla fabbrica del sapere*, SKIRA, Milano 2002.

- Leotta N., *Approcci visuali di turismo urbano*, Hoepli, Milano 2006 (con DVD).
- Leotta N., *Mondi sociali e sistemi comunicativi*, Viator, Milano 2016.

## **LETTURA Obbligatoria**

Leotta N., *Guida Produzione Documentario Turistico*, Biccocca, Milano 2018 (Fotocopie)

## **CONTENUTI - 3 CFU**

L'idoneità dello studente, al termine del laboratorio, verrà valutata sulla base di due aspetti:

- PARTECIPAZIONE attiva al laboratorio;
- PRODUZIONE prodotto multimediale di marketing territoriale turistico:

## **POSTI - 30 max**

.

## **LEZIONI**

*Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno in...modalità mista: parziale presenza e lezioni videoregistrate asincrone/sincrone.*

## **Contenuti sintetici**

## **Programma esteso**

## **Prerequisiti**

**Metodi didattici**

**Modalità di verifica dell'apprendimento**

**Testi di riferimento**

---