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

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 d 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,*** *Bicocca, 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