



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Laboratory 8

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*, 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
