



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 8 - Comunicazione televisiva applicata al turismo

2122-3-E1501N114

Obiettivi formativi

Corso di Laurea Triennale Scienze del Turismo e Comunità Locale

Anno Accademico 2021/2022

Lab Leonardo & Le terre del Ben-Essere

(COMUNICAZIONE TELEVISIVA APPLICATA AL TURISMO)

Area cultura e multimedialità

Codice E1501N061

Docente: Nicolò Leotta

nicolo.leotta@unimib.it

Contenuti del Lab

Come si realizza un format di comunicazione turistica integrata su una committenza, da parte di istituzioni o una comunità, a partire dalle risorse territoriali, culturali, paesaggistiche, artistiche, imprenditoriali, musicali di una località? Quali sono i passaggi metodologici per rilevare, valutare, costruire un prodotto multimediale dell'identità e dell'unicità territoriale locale con una propensione al globale? Chi sono gli stakeholders locali, etnici e internazionali da coinvolgere in un piano di "marketing territoriale turistico" per lo sviluppo locale e umano? Come si mette a punto e si attua un piano di pubblicità e di comunicazione turistica integrata per progettare e promuovere itinerari di Ben-Essere di uno specifico territorio?

Nasce così il programma per l'AA 2020-21 del Lab Leonardo & Le terre del Ben-Essere che, con l'implementazione di una pratica turistica del benessere, intende recuperare, valorizzare e comunicare la natura di un luogo come il Parco Nazionale del Pollino e la Basilicata. Un'area geografica dal potenziale ancora inespresso come luogo d'eccellenza per quei viaggiatori "attivi" che cercano nella vacanza un momento per sperimentare wellness a tutto tondo, preferibilmente immersi nella natura di un'area protetta. Tali aree protette e le sue comunità locali in rete regionali a cavallo tra Calabria e Basilicata (Trend di turismo di prossimità consolidato in periodo post-covid) possono quindi diventare luoghi privilegiati dove praticare attività e prendersi cura attività e prendersi cura del proprio spirito e del proprio corpo, ritrovando equilibri in mobilità e in completa sicurezza.

Da questo passaggio dipartono le quattro aree tematiche del "modello sistemico" di comunità in rete territoriale: Valorizzazione dei luoghi, Opportunità lavorative locali, Cooperazione comunitaria in rete, Comunicazione integrata multimediale sarà oggetto di studio degli studenti del Lab Leonardo & Le terre del Ben-Essere che, attraverso interviste/incontri (per emergenza covid tutte on-line), avranno come compito principale di individuare e interrogare player locali per una promozione di eccellenza di queste pratiche del turismo post covid.

E su un'ipotesi committenza istituzionale da parte della direzione del Parco Nazionale del Pollino e della comunità di Francavilla sul Sinni, a cavallo tra la Regione Calabria e la Regione Basilicata, questa area geografica dispone di un formidabile brand di valore storico e paesaggistico e rappresenta un elemento di distinzione rispetto all'offerta turistica di massa soprattutto in questo periodo di post covid dove sicurezza e vicinanza risultano elementi determinanti per una scelta di soggiorno e vacanze mirate al wellness.

L'implementazione del progetto del Lab Leonardo e Ben-Essere dovrà essere modulato in una logica "country specific" ove le aspettative variano in base al segmento target considerato. Vi è necessità di agganciare le bellezze paesaggistiche ad un'offerta riguardante tutto il territorio, costruendo l'insieme delle e offerte culturali dei diversi territori all'interno di un'offerta unica.

OBIETTIVI DEL LAB

- Individuare nei territori risorse umane in grado di utilizzare le nuove tecnologie digitali e nuove figure professionali legate alla riscoperta delle erbe officinali.
- Costruire una chiara identità del territorio, che definisca la tipologia delle proposte esperienziali individuate.
- Indentificare un portafoglio di customer experience coerenti con il target turistico individuato.

- Analisi dei mercati più appetibili e performanti, individuando i segmenti target di progetto sulla base delle scelte che vengono effettuate dal turista alla ricerca del benessere

STRATEGIA PROMOZIONALE

- Integrare ed unificare, attraverso l'uso delle nuove tecnologie, l'offerta turistica complessiva del territorio;
- Garantire la Multicanalità, raggiungendo attraverso media i soggetti, italiani e non, potenzialmente interessati al mondo del BEN-ESSERE in tutte le sue componenti;
- Espandere il brand sul territorio ed offrire al visitatore, in una logica che tenga conto delle aspettative dei diversi segmenti di mercato, un servizio di qualità che integri le esigenze di benessere, di qualità ambientale, di offerta culturale e di prodotti naturali.

-

APPLICAZIONE NUOVE TECNOLOGIE

- Nel corso del Lab Leonardo si farà ricorso ad un uso intensivo del web e del digitale, con particolare riferimento ai social network e al mondo dei dispositivi mobili (App e Webapp) ai fini della comunicazione, del marketing e della promozione turistica del territorio.
- Personalizzazione dei percorsi, aiuto nella pianificazione del viaggio.
- Ispirazione del territorio con materiale video e fotografico. Amplificazione del messaggio sui social.

RISULTATI ATTESI

- Potenziamento della capacità di marketing attraverso l'uso del digitale a 360 gradi attraverso la progettazione e implementazione di un Piano marketing multicanale.
- Identificazione del brand come offerta unica di prodotto turistico legato al mondo del BEN-ESSERE.
- Creazione di percorsi di accesso per i viaggiatori, turisti, pellegrini, sportivi, naturisti ad un servizio unico integrato.
- Aumento delle competenze professionali dei territori nel settore dei social e web marketing.
- Indicazioni sulle "Politiche di Creazione" nuovi sbocchi professionali

LETTURE CONSIGLIATE

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

LETTURA OBBLIGATORIA

Leotta N., Per un turismo di comunità in rete wellness, AgoràFutura ed., 2021

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 Leonardo-Wellness

POSTI - max 30 studenti/esse

Contenuti sintetici

Programma esteso

Prerequisiti

Metodi didattici

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento
