# Comunicazione internazionale del territorio

## Prof. ssa Maria Paola Pasini

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Nel mondo globalizzato il successo di una destinazione turistica è strettamente legato ad una comunicazione efficace. In un contesto di concorrenza sempre più competitiva e agguerrita, è necessario sviluppare competenze e strategie che sappiano creare attenzione e interesse rispetto alle caratteristiche e alle eccellenze di un luogo. Conoscere, identificare, valorizzare e soprattutto comunicare una località – sia attraverso strumenti più tradizionali che utilizzando l’ICT - è fondamentale per rendere unica la relativa offerta turistica e per intercettare la domanda, nazionale ed internazionale. A maggior ragione tutto questo vale oggi dopo la crisi del Covid-19 che ha provocato gravissimi danni al comparto turistico e sta ridisegnando le mappe e le modalità degli spostamenti globali. Oggi la promozione del territorio necessita di approcci nuovi, basati su strategie che mettano in evidenza le peculiarità geografiche, storiche, artistiche, paesaggistiche ed enogastronomiche di un luogo. Accanto ad esse assume un valore sempre più rilevante la componente emozionale ed esperienziale. Una particolare attenzione va infine riservata – di questi tempi - ai fattori “fiducia” e “sicurezza”. L’obiettivo del corso è offrire gli strumenti e le competenze di base per ideare e realizzare progetti di comunicazione di questo genere.

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell’insegnamento lo studente dovrà aver acquisito e consolidato le conoscenze necessarie per orientarsi nell’ambito di un percorso di valorizzazione e comunicazione di un territorio. Dovrà conoscere gli elementi base del marketing territoriale e della comunicazione offline e online.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

A conclusione del corso ci si attende che gli studenti sappiano utilizzare le competenze acquisite trasferendole in situazioni concrete. A partire dalla conoscenza delle peculiarità del territorio, saranno chiamati ad analizzare criticamente, a sviluppare contenuti, a trasmetterli con le corrette modalità, sugli opportuni canali, rivolgendosi a target appropriati, attraverso metodologie di *storytelling*. Al termine del corso lo studente avrà appreso gli elementi fondamentali del branding territoriale e della comunicazione sui media tradizionali e più innovativi. Sarà quindi in grado di conoscere e cimentarsi in pratiche di *brand personality* e gestione della *web reputation* applicata alle destinazioni. La conoscenza di esperienze diverse aiuterà gli studenti a maturare una più robusta consapevolezza e autonomia di giudizio in ambito lavorativo laddove è richiesta una sempre maggiore capacità di individuare soluzioni e buone pratiche di comunicazione del territorio. Lo studente dovrà dimostrare di sapersi avvalere con sufficiente padronanza della terminologia tecnica specifica.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

1. Introduzione. Definizioni. Terminologia
2. Cenni di storia della comunicazione turistica del territorio
3. Fonti, dati, casi, nuove tecnologie applicate alla comunicazione turistica in ambito internazionale
4. Ideazione e realizzazione di un piano di comunicazione del territorio
5. Strategie di comunicazione per il turismo nell’era del Covid

***BIBLIOGRAFIA***

Testi di riferimento per la parte generale:

1. J. Ejarque,  *Social media marketing. Come costruire il marketing 2.0 e gestire la reputazione della destinazione*, Hoepli, Milano 2015. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/josep-ejarque/social-media-marketing-per-il-turismo-come-costruire-il-marketing-20-e-gestire-la-reputazione-della-destinazione-9788820366087-525060.html)
2. M. Giordani (a cura di), *Marketing turistico e territoriale*, Time & Mind Edizioni 2011 disponibile online <http://www.aism.org/new/wp-content/uploads/2014/04/MTT2014.pdf>
3. Materiali vari, articoli, dispense e testi verranno indicati durante le lezioni.
4. Gli studenti sono tenuti a consultare con regolarità le pagine on line dei docenti e le pagine del corso della piattaforma *Blackboard* per eventuali avvisi e materiali didattici integrativi.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso consta di 30 ore di lezioni frontali e comprende una parte di carattere più teorico e metodologico e una parte più pratica che si basa sullo studio di esperienze concrete. É prevista l’opportunità di un confronto diretto con i protagonisti di alcune significative realtà territoriali che potranno offrire la loro testimonianza, non escludendo la possibilità di ricognizioni specifiche sul territorio. Il corso prevede l’utilizzo anche di dispense, immagini e documentazione audio-video.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame finale, in forma orale, è volto a valutare capacità di ragionamento e rigore analitico rispetto ai contenuti del corso, considerando altresì la proprietà di linguaggio acquisita. Inoltre, durante le lezioni, verrano proposti alcuni lavori di approfondimento da svolgere singolarmente o in gruppo, che integreranno la valutazione finale.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Sono richieste tuttavia curiosità e interesse personale verso la materia e soprattutto desiderio di approfondire anche autonomamente le tematiche proposte nel corso delle lezioni.

# *Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

La prof.ssa Maria Paola Pasini riceve gli studenti in Università, sede di via Trieste, martedì alle 11. Per informazioni e conferma appuntamenti contattare: [mariapaola.pasini@unicatt.it](mailto:mariapaola.pasini@unicatt.it).