# Comunicazione turistica internazionale sui nuovi media

## Prof. Paolo Carelli

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

Il corso intende affrontare le trasformazioni e le finalità della comunicazione turistica nello scenario globale contemporaneo, con particolare riferimento al ruolo strategico assunto dai media audiovisivi e digitali.

Attraverso la combinazione di uno sguardo storico e teorico, da un lato, e analisi concreta di alcuni case studies significativi dall’altro, si approfondiranno i fattori, le strategie e le tecniche comunicative dei diversi stakeholder e soggetti che ai vari livelli della filiera contribuiscono a ridefinire i perimetri del comparto turistico; specifica attenzione sarà riservata a nuove forme e linguaggi della comunicazione nel veicolare messaggi di attrazione per le destinazioni turistiche su scala internazionale (social media, piattaforme streaming, influencer marketing, podcast, ecc.)

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà in grado di conoscere e comprendere le dinamiche che caratterizzano azioni e relazioni tra i diversi players del settore, le principali strategie di comunicazione e promozione, i modelli di narrazione e rappresentazione dei territori che si concretizzano nei diversi media.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di maneggiare gli strumenti analitici più efficaci per interpretare e misurare un’attività di promozione e comunicazione in chiave turistica dei territori attraverso i media e riconoscere ed elaborare una strategia di comunicazione sulla base di obiettivi prefissati.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso sarà strutturato intorno ad alcuni concetti chiave che definiscono i più recenti sviluppi della relazione tra comunicazione, media e turismo anche alla luce degli obiettivi di sostenibilità ambientale, sociale ed economica: destination branding, transmedia tourism, imaginative heritage, ecc. I casi presentati saranno affrontati prestando attenzione tanto alle dinamiche comunicative quanto alle ricadute in termini turistici e di sviluppo di politiche pubbliche per la promozione e valorizzazione dei luoghi.

***BIBLIOGRAFIA***

CeRTA – Centro di ricerca sulla televisione e gli audiovisivi (in collaborazione con Cattolicaper il Turismo e Publitalia ’80), *Comunicazione, Media e Turismo*, report di ricerca (tre annualità 2021; 2022; 2023). Una sintesi della ricerca verrà a messa a disposizione dal docente.

Paolo Carelli – Maria Paola Pasini (a cura di), *Green Italy* (tit. provvisorio), Vita e pensiero (2023, prossima pubblicazione)

UNWTO (United Nations World Tourism Organization), *Cultural Affinity and Screen Tourism. The case of Internet Entertainment Services*, [Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services (ministeroturismo.gov.it)](https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2021/10/NETFLIX-AND-WTO-ON-SCREEN-TOURISM.pdf)

Le indicazioni bibliografiche complete verranno fornite durante il corso

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso prevede lezioni frontali, analisi di casi e testimonianze di professionisti dei diversi ambiti entro cui si struttura la relazione tra comunicazione e turismo. La frequenza è pertanto fortemente consigliata. Gli appunti delle lezioni e ulteriori materiali di approfondimento saranno forniti dal docente durante il corso e messi a disposizione degli studenti sulla piattaforma Blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

L’esame finale si svolge in forma orale ed è finalizzato a valutare le conoscenze e competenze acquisite durante il corso, attraverso un minimo di 3 domande. Verranno valutate, in particolare, la conoscenza di base degli argomenti affrontati durante il corso, la capacità intepretativa e di connessione tra i diversi concetti appresi, l’utilizzo del lessico scientifico e professionale adeguato. Verrà data agli studenti la possibilità di effettuare un project work su un tema specifico del corso, da concordare con il docente; il project work influirà per il 50% sulla valutazione finale.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Il corso non necessita di particolari prerequisiti. Si presuppone interesse e curiosità per il mondo dei media e della comunicazione applicata al settore turistico e per le attività di marketing e promozione territoriale.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Carelli riceve gli studenti presso il suo ufficio o a distanza (attraverso le piattaforme Skype o Teams) previo appuntamento fissato via e-mail all’indirizzo: [paolo.carelli@unicatt.it](mailto:paolo.carelli@unicatt.it).