# Turismo culturale e sviluppo del territorio

## Prof. Giovanni Bozzetti

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

Il corso dedica particolare attenzione all’analisi delle leve di marketing territoriale per la promozione delle eccellenze italiane e delle risorse culturali con l’obiettivo finale concreto di ideare, organizzare e realizzare un evento in presenza o digitale (in funzione dell’andamento dell’epidemia di Covid-19) che possa offrire agli studenti la grande opportunità di entrare in contatto con Istituzioni, professionisti, media e realtà aziendali.

L’insegnamento, inoltre, analizza i “grandi eventi culturali” in termini di ricadute economiche, sociali, ambientali, urbanistiche e politiche, di brand awareness e brand perception.

Al termine dell’insegnamento lo studente sarà in grado di valorizzare i beni culturali in un’ottica di marketing territoriale ed avrà acquisito la capacità di ideare, organizzare e realizzare un evento di promozione territoriale sviluppando uno spiccato senso pratico che sarà poi utile nel proprio percorso professionale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

*Lo sviluppo del territorio, principi, strategie e leve di marketing*

* Il territorio e il marketing territoriale.
* Marketing mix territoriale e le strategie di sviluppo territoriale.
* Analisi delle caratteristiche e delle risorse del territorio.
* Dal territorio alla destinazione turistica. Place e City branding.
* La pianificazione strategica. Mission e obiettivi.
* Posizionamento e immagine. Brand identity, awareness e perception

*Il turismo culturale, opportunità per lo sviluppo del territorio.*

* Turismo e cultura, leve di marketing per lo sviluppo economico del territorio.
* Le origini storiche e l’evoluzione del turismo. L’era digitale.
* Il mercato del turismo: domanda e offerta.
* L’Italia tra risorse culturali e flussi turistici.
* Il turismo culturale e le sue sindromi.
* L’Italia “Museo Diffuso”
* L’autonomia gestionale dei musei tra costi e ricavi. Le strategie di pricing e il fundrisaing.
* Le leve di marketing museale (comunicazione, eventi, merchandising, web e internazionalizzazione).
* Evoluzione Digitale, NFT e Metaverso

*I grandi eventi quali leva di marketing per la promozione del territorio*

* Definizioni, tipologie e storia dei grandi eventi.
* Grandi eventi quale leva di marketing.
* Le ricadute dei grandi eventi sul territorio: economiche – sociali – ambientali –urbanistiche – politiche.
* L’organizzazione degli eventi.
* La valutazione ex-ante / ex-post.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

- “La Gestione dei Musei – Strategie integrate e sviluppo del territorio” – EDUCatt–

- Dispensa consegnata durante il corso e indicazioni di altre pubblicazioni consigliate quali: “ “*Gli eventi quale leva di marketing territoriale per la valorizzazione urbana*”

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni in aula (in presenza e in remoto – distance learning).

Testimonianze di professionisti e manager.

Progetto didattico che consiste nell’ideazione, progettazione, organizzazione, realizzazione e valutazione di un evento culturale.

Discussioni di Case Study e Case Problem

Attività di Gruppo

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Partecipazione in aula e/o in modalità distance learning.

Partecipazione attiva al progetto-evento di fine corso volto a verificare le abilità pratiche degli studenti e le loro capacità di lavorare in team, di problem solving e di gestione delle relazioni con il mondo professionale.

Esame orale volto alla valutazione della capacità di analisi critica dei temi approfonditi in aula e/o trattati dalla manualistica.

Gli studenti non frequentanti dovranno approfondire gli argomenti dal libro di testo: La gestione dei musei Strategie integrate e sviluppo dei musei di Alessandra Cuttaia, Giovanni Bozzetti EDUCATT - Milano, 2020 oltre che dalle dispense rese disponibili durante il corso.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

*Eventi realizzati dagli studenti nei corsi precendenti:*

* Dicembre 2022 “RELIVE MI” – Palazzo Cusani – Evento multidisciplinare dedicato al tema della sostenibilità ambientale come leva di marketing territoriale

Intagram: relive\_mi

* Dicembre 2021 “CONNECT MI” – Palazzo Cusani – Evento multidisciplinare di connessione tra cultura araba e italiana, analizzando le reciproche contaminazioni

Intagram: \_connectmi\_

* Dicembre 2020 “VIRTUOSITÀ” – Evento Digital con redazione a cura degli studenti di un progetto di valorizzazione dei beni culturali Italiani da presentarsi nel Pad. Italia di EXPO DUBAI, in collegamento con il Commissario del Pad. Italia, l’Ambasciatore Italiano negli EAU e il D.G. di EXPO DUBAI
* 16 Gennaio 2020 “KNOW MI” – Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da vinci - INSTAGRAM – “knowmi”
* 29 novembre 2018 “WHYART?” Circolo Filologico Milanese - INSTAGRAM “\_whyart\_”
* 12 gennaio 2018, “Design4mi”. Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci – INSTAGRAM “design4mi”
* 13 dicembre 2016, ”Senti che Milano, Viaggio in città tra musica, immagini e parole.” Circolo Filologico Milanese – INSTAGRAM “sentichemilano”
* 1 dicembre 2015, ”IfeelMI, la percezione di Milano tra EXPO e dopo EXPO.” Sala delle Colonne del Museo della Scienza e della Tecnologia Leonardo Da Vinci – INSTAGRAM “ifeelmi”
* 15 gennaio 2015, “VestiMI con gusto. Palazzo Cusani – INSTAGRAM “vestimi\_congusto”
* 10 dicembre 2013, ”Tu come MI vedi? Palazzo Cusani – INSTAGRAM “tucomemivedi”
* 19 dicembre 2011, ”Milano 150, un secolo e mezzo di eccellenze.” Sala Conferenze del Palazzo dei Giureconsulti.
* 17 e 18 dicembre 2010, “Pregustando l’EXPO… Moda e Riciclo.” Università Cattolica e Galleria Vittorio Emanuele.

Immagini e comunicati stampa di ogni evento sul sito http://www.giovannibozzetti.it/i-fatti/universita-cattolica/

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Giovani Bozzetti ricevera’ gli studenti su appuntamento (e-mail giovanni.bozzetti@unicatt.it).

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)