
Corsi Turismo Esperienziale – seconda parte (autunno 2018)

1° corso

Martedì 6/11/2018 (dalle 9.30 alle 16.30 con pausa)

IL PAESAGGIO E LA SUA LETTURA INTEGRATA PER UNA MIGLIORE INTERPRETAZIONE DEL TERRITORIO

(6 ore)

Obiettivi

Comprendere la ricchezza e complessità di un territorio in termini di storia naturale, farne la base per la successiva lettura storico antropologica, individuarne la rete di relazioni e creare con questo le narrazioni. Soprattutto entusiasinarsi come si fosse la prima persona che “scopre” quei nessi, quei legami, quelle relazioni. Far nascere l’esigenza di raccontare quello che riempie noi stessi di eterno ed infinita meraviglia.

Prima parte 3 ore Docente Andrea Fazi

Cenni di discipline che concorrono ad una lettura del territorio (geologia e geomorfologia, botanica, zoologia, climatologia, storia dei popolamenti, socioeconomia, antropologia culturale...).

Seconda parte 3 ore Docente Andrea Fazi

Come tracciare, attraverso queste chiavi di letture e tutto sommato narrazioni dell’esistente, una storia. Cosa cercare per aprire nuovi capitoli della storia che si intende narrare.

Data da definire

USCITA SUL TERRITORIO A CURA DI ANDREA FAZI RIPRENDEDO LA SUA LEZIONE SUL PAESAGGIO (8 ORE)

Obiettivi

Verificare sul campo la possibilità di individuare filoni narrativi, relazioni e nessi, causalità successive, domandarsi quanto “serva” per porgere un territorio con le storie che si sono individuate (che bagaglio di informazioni, che letture, che linguaggio, che proposte di ascolto...).

Programma

Semplicemente uscire a vedere. Sperando di aver dotato gli occhi di una nuova capacità di visione e la mente di quella curiosità che spinge a cercare di capire. Perché questa casa è costruita così; che relazione ha, se ce l’ha, col territorio e la sua economia; cosa posso usare come spunto/occasione per narrare quel che non si vede, perché altrove nel tempo e nello spazio, perché sottile e nascosto.

2° corso

Martedì 13/11/2018 (dalle 9.30 alle 16.30 con pausa)

MARKETING ESPERIENZIALE E DIGITAL STORYTELLING

(6 ore)

Obiettivi

Impartire alcune strategie operative per presentare e promuovere progetti dal forte impatto emozionale ed evocativo, attraverso azioni di marketing che si focalizzano sull'unicità del prodotto e, in questo modo, dichiarano un'esperienza unica.

Favorire la comprensione dello storytelling moderno partendo dalle sue origini.

Impartire tecniche efficaci nel raccontare una storia utilizzando differenti canali di comunicazione.

Prima parte 3 ore Docente Sergio Bernardini

Cos'è il marketing esperienziale. Differenziazione percepita. Cosa comporta l'implementazione di questa logica nell'attività d'azienda. Come si traduce in pratica. Criticità.

La progettazione di un'esperienza.

Seconda parte 3 ore Docente Sergio Bernardini

Storytelling: le origini. I 10 "comandamenti" dello storytelling. Visual content marketing. L'importanza dei video brevi. Corporate storytelling. Digital storytelling. Storytelling e brand identity. Brand territoriali e storytelling cross mediale. Nascita e ciclo dello storytelling. Storytelling, turismo e cultura.

3° corso

Giovedì 22/11/2018 (dalle 9.30 alle 13.30)

IL BUSINESS PLAN E LA GESTIONE DEL BUDGET PER EVENTI CULTURALI

Obiettivi Il Business Plan e la Gestione del budget per eventi culturali

Fornire gli strumenti utili per realizzare piani economico finanziari relativamente a progetti culturali/turistici.

Business Plan e Gestione del budget per eventi culturali 4 ore Docente Maddalena Peroni

Budget e rendicontazione di un progetto culturale.

Terminologia.

Caratteristiche.

Regole per la redazione di un budget.

I budget previsti dai bandi destinati alle imprese culturali e creative.

Il monitoraggio dei dati quantitativi e qualitativi.

La rendicontazione.

I controlli.

Esercitazione su casi pratici.

Il Business Plan di un'impresa/progetto culturale: mission, vision e values dell'impresa; project identity; analisi del contesto; i fattori critici di successo; il posizionamento; la strategia di marketing; presentazione di casi aziendali.

4° corso

Giovedì 29/11/2018 (dalle 9.30 alle 13.30)

LETTERATURA DI VIAGGIO: L'ITALIA DEI GRANDI VIAGGIATORI

Obiettivi

Comprendere come dal concetto di viaggio si iniziò a parlare di narrazione di viaggio e, successivamente, di turismo.

Approfondire la letteratura di viaggio in Italia e, in particolare, le narrazioni che coinvolgono direttamente il nostro territorio.

Programma del corso

Il viaggio e la letteratura di viaggio sembrano crescere assieme: non è un caso che le peregrinazioni di Ulisse diano luogo al primo grande racconto di viaggio: l'Odissea.

Già nel IV secolo un vescovo di Bordeaux descrive nel suo "Itinerarium Burdigalense" le strade, le distanze, le tappe ed i luoghi di sosta per raggiungere Gerusalemme: una vera e propria "guida di viaggio", (anche attraverso il Nord Italia) che precede di secoli le indicazioni di chi seguirà nel Medioevo la Via Francigena.

Tuttavia le narrazioni classiche vengono più tardi, a partire da Montaigne, che cerca stazioni termali per curare i suoi calcoli – ma racconta i particolari delle città e dei paesaggi che attraversa, anche nella nostra provincia.

Solo più tardi viene la moda del Grand Tour, da cui prende il nome il "turismo", quando un giovane di buona (o ottima) famiglia inglese, tedesco o francese, non poteva ritenere compiuta la sua educazione se non faceva il "Viaggio in Italia".

Se i nomi di Goethe, di Misson, ma anche di Montesquieu, di Mark Twain e, in modi diversi, quelli di Stendhal o di Chateaubriand sono legati anche alle loro narrazioni di viaggio, vi sono tanti altri narratori che hanno descritto l'Italia o ne hanno fatto il cuore delle loro storie.

Ne individueremo alcuni, specie fra quelli che si sono aggirati nelle nostre terre.

4 ore

Docente Glauco Maria Martufi.

5° corso

Martedì 4/12/2018 (dalle 9.30 alle 16.30 con pausa)

CROWDFUNDING PER LA CULTURA

Obiettivi Crowdfunding per la cultura

Il corso intende promuovere le competenze necessarie per sviluppare campagne di crowdfunding nell'ambito del non profit e del profit, insieme alla capacità di generare rapporti che spieghino, a potenziali donatori, i vantaggi di contribuire ad un determinato progetto.

Crowdfunding per la cultura 6 ore Docente Ginger

Cos'è il crowdfunding: definizione, trend di raccolta fondi, tipologie, piattaforme.

Perché la folla contribuisce: lavorare con gli "attivatori" (con casi).

Le caratteristiche sociologiche del crowdfunding.

Le specificità dello strumento crowdfunding: progetto, relazioni, comunicazione sociale, reti sociali, ricompensa, promotori.

Il posto e la funzione del crowdfunding nel fundraisi

Il crowdfunding per lo sviluppo del territorio

- Raccogliere fondi per un progetto culturale:
 - perché farlo;
 - strumenti a disposizione;
 - opportunità e limiti.
- Introduzione al reward based crowdfunding:
 - caratteristiche principali;

- quando un progetto è adatto al crowdfunding;
- condizioni per fare crowdfunding;
- scegliere la piattaforma più adatta.
- Il business plan di una campagna di crowdfunding:
 - le domande essenziali a cui rispondere;
 - individuare il budget da raccogliere;
 - le tempistiche della raccolta fondi.
- Come preparare i contenuti di una campagna di crowdfunding:
 - Testi - Redigere il testo di una campagna di crowdfunding ed elementi di scrittura per il web.
 - Video - Quando un video è efficace per una campagna di crowdfunding.
 - Ricompense - Come individuare le giuste leve per coinvolgere i sostenitori.
- Il crowdfunding non solo per raccogliere fondi.
- Comunicare una campagna di crowdfunding:
 - individuare e coinvolgere i potenziali sostenitori;
 - creatività e strategia;
 - i canali di comunicazione per promuovere la raccolta fondi.
- Eventi e fundraising nel crowdfunding.
- Gestire il post campagna.

6° corso

Martedì 11/12/2018 (dalle 9.30 alle 13.30)

TURISMO ESPERIENZIALE E VALORIZZAZIONE DELLE AZIENDE DEL TERRITORIO; UN'OPPORTUNITA' PER L'INCOMING ITALIANO; ENOGASTRONOMIA E TURISMO ESPERIENZIALE

Obiettivi

Apprendere, con un approccio coinvolgente ed interattivo, alcune forme di turismo del gusto in Italia.

Fornire i giusti strumenti per uno sviluppo efficace del turismo esperienziale e per l'organizzazione di eventi nell'ambito dell'enogastronomia e del comparto agroalimentare.

Programma del corso

Le produzioni più "appetite", i casi studio e gli itinerari target oriented e l'apporto virtuoso che il turismo esperienziale può fornire per gli ulteriori sviluppi socioeconomici ed occupazionali connessi alla risorsa tipicità. L'Italia è Paese storicamente primo al mondo per sapienza enogastronomica, ma gli attuali scenari richiedono tuttavia nuove figure, altamente specializzate, per consentire a gastronomi e foodtrotters – italiani e stranieri – esperienze davvero compiute e appaganti, e che possano svolgersi 365 giorni l'anno ed estendersi anche ad aree meno note.

Il corso è dunque un'occasione di "marketing" aperta per condividere una vera cultura del turismo e dell'accoglienza, e focalizzare nuove opportunità professionali. Verrà fornita specifica bibliografia per autoformazione e approfondimenti personali. Un'occasione da non perdere per chi intende realizzare eventi di turismo esperienziale che abbiano al centro l'enogastronomia.