



UNIVERSITÀ DI PISA

PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI: MEMORIE DEL VIAGGIO

ADELE MARRA

Anno accademico	2022/23
CdS	SCIENZE DEL TURISMO
Codice	294QQ
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI: MEMORIE DEL VIAGGIO	SPS/08	LEZIONI	48	ADELE MARRA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Conoscere il significante e il significato alla base delle scelte individuali e collettive del viaggio come fatto sociale. La costruzione della memoria collettiva e dell'identità culturale, le basi sociologiche dell'azione turistica e la sua evoluzione temporale.

Modalità di verifica delle conoscenze

Dagli elaborati individuali alle attività di gruppo, saranno analizzate le capacità di analisi critica e introspettiva maturate durante il corso.

Capacità

Al termine del corso, studenti e studentesse saranno in grado di elaborare idee e visioni a partire da esperienze comuni della memoria del viaggio nell'ambito dei processi culturali e comunicativi.

Modalità di verifica delle capacità

Ricerche e approfondimenti, simulazioni, proposte di contenuto e di storytelling individuali e di gruppo, presentazioni.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Elementi di sociologia e di antropologia del turismo. Conoscenze di comunicazione e di marketing turistico.

Indicazioni metodologiche

Il corso si articola in lezioni frontali, supportate da slide, filmati, analisi di case histories, eventuale presenza (in videocall) di testimonial di settore. Ad ogni proposta tematica segue una fase di sviluppo del lavoro di tipo individuale o di gruppo.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

TEMI MONOGRAFICI (non necessariamente in ordine cronologico)

- Il turismo come fatto sociale: inquadramento sociologico
- Il primo fu Marco Polo: la letteratura di viaggio
- Heritage tourism: il viaggio come scoperta della memoria collettiva
- I viaggi della Memoria
- Raccontare i luoghi, i fatti, la storia: il mood della divulgazione
- Nuovi target: i nomadi digitali e il viaggio come scelta di vita
- Il filtro delle comunità di riferimento nell'esperienza di viaggio
- Tutti fermi: la comunicazione turistica durante la pandemia
- Nuovi trend: il turismo ispirazionale
- Da Second Life ai Multiversi: il viaggio nel villaggio virtuale
- Nuovi paradigmi: turismo e sostenibilità alla luce degli iSDG
- Travel podcasting e piattaforme verticali

Bibliografia e materiale didattico

- Slide del corso ed eventuale altro materiale fornito durante il corso



Indicazioni per non frequentanti

ESAME SCRITTO: (da consegnare una settimana prima dell'esame)

Monografia 1: a scelta tra i temi presenti nel Programma (escluso letteratura di viaggio, cui è dedicata la seconda monografia)

Monografia 2: *"Scegli un libro importante per la tua formazione, che ti ha ispirato un viaggio che hai fatto o che vorrai fare, e prepara un elaborato che racconti l'autore, l'opera, il significato, il contesto, le motivazioni per cui lo hai scelto. Puoi arricchire il lavoro anche con altri contenuti a tua discrezione"*

Esercitazione pratica

A partire dall'analisi del prodotto artigianale o enogastronomico presente sul territorio (ad es. dove si sta svolgendo l'Erasmus) preparare una scheda di analisi che risponda alle seguenti domande:

- Descrizione del prodotto individuato e di chi lo realizza
- Elenco delle potenzialità del prodotto verso target turistici (indicare quali)
- Descrizione degli elementi sui quali far leva e degli strumenti di una campagna di comunicazione.

ESAME ORALE:

Andrea Caterini - Ritorno in Italia - Vallecchi Editore, 2022

Modalità d'esame

Al termine del percorso sono previste una prova individuale e una prova di gruppo.

PROVA INDIVIDUALE (da consegnare una settimana prima dell'esame)

Breve monografia sul tema Letteratura di viaggio: *"Scegli un libro importante per la tua formazione, che ti ha ispirato un viaggio che hai fatto o che vorrai fare, e prepara un elaborato che racconti l'autore, l'opera, il significato, il contesto, le motivazioni per cui lo hai scelto. Puoi arricchire il lavoro anche con altri contenuti a tua discrezione"*

PROVA DI GRUPPO:

Come si raccontano le imprese artigiane del territorio? Quali strategie adottare per aumentare l'appeal verso un turismo alla ricerca di esperienze autentiche? Analisi e simulazioni.

Ogni gruppo avrà il compito di individuare un prodotto o servizio artigianale o enogastronomico da veicolare verso potenziali target turistici.

Sulla base di conoscenza diretta, incontro e interviste ai protagonisti, il team potrà realizzare una "prova di narrazione" che metta in luce le caratteristiche, l'unicità, la storia di un prodotto ma che racconti al contempo un territorio, le sue peculiarità, la sua memoria. Tecnicamente sarà realizzato un post carousel contenente foto, testo, video, audio etc che verrà pubblicato sul profilo @memoriedelviaggio.

Ultimo aggiornamento 09/01/2023 14:39