

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE STRATEGIE DIGITALI PER COMUNICARE I BENI CULTURALI

INFORMAZIONI

Tipologia di corso	Formazione continua
Percorso formativo	Trasformazione digitale e valorizzazione dei beni culturali e del turismo
Sede didattica	UER
Durata	8 ore
Crediti formativi	1

OBIETTIVI FORMATIVI

Presentazione

Per raccogliere le sfide di rilanciare i beni culturali mediante la digital communication è necessario conoscere le strategie di marketing e di comunicazione ed, in particolare, definire gli ambiti applicativi essenziali per una efficace promozione e fruizione del sistema culturale.

Il laboratorio intende mostrare le strategie per gestire la comunicazione nel settore sottolineando strumenti pratici capaci di integrare promozione e comunicazione.

La riflessione concreta e costruttiva sui casi di studio, scelti per favorire la discussione e lo sviluppo congiunto di idee, permetterà di rispondere alla domanda di aggiornamento offrendo la conoscenza dei percorsi di innovazione possibili e replicabili nel contesto professionale in cui opera ciascun partecipante.

A chi si rivolge

L'iniziativa si rivolge a manager e professionisti pubblici e privati che operano nel settore dei Beni Culturali.

Numero partecipanti

Minimo 5 – massimo 15

Docenti

Luigi Russo – Professore Associato di Storia Medievale presso l'Università Europea di Roma dove tiene lezioni presso il corso di Laurea in Scienze della Formazione Primaria di cui è attualmente anche Vice Coordinatore. Ha conseguito un master in Comunicazione on-line e P.R. presso la Camera di Commercio di Milano e lavorato come copywriter presso varie agenzie di comunicazione. Laureatosi in Storia del pensiero politico medievale presso l'Università degli Studi di Bologna con una tesi in "Storia del Pensiero politico medievale", ha conseguito nel 2001 il dottorato di ricerca in Storia Medievale (XI Ciclo) presso l'Università degli Studi di Torino. I suoi interessi di ricerca vertono prevalentemente sullo studio del movimento crociato nei secoli XII-XV e sui Normanni del Mezzogiorno e in Terrasanta. Dal dicembre 2014 è Redattore del Dizionario Biografico degli Italiani edito dalla Treccani. Socio Ordinario del Centro Europeo di Studi Normanni di Ariano Irpino (AV) (www.cesn.it), nonché membro dell'Office universitaire d'Études

Normandes di Caen (= OUCN) e della Society for the Study of the Crusades and the Latin East (= SSCLE).

Andrea Macchia – Ricercatore presso l’Università della Calabria e docente a contratto per la Sapienza, Università di Roma e per l’Università Telematica Internazionale Uninettuno. Esperto in Chimica applicata alla conservazione dei Beni Culturali, da diversi anni svolge ricerca nell’ambito della Green Conservation, in particolare nella sostituzione di metodi e prodotti altamente dannosi utilizzati nel settore con metodi più sicuri, rispettosi per l’operatore e l’ambiente. Presidente dell’Organizzazione YOCOCU – YOUTH IN CONSERVATION OF CULTURAL HERITAGE APS, ideatore e chair della conferenza Green Conservation of Cultural Heritage, giunta nel 2019 alla terza edizione (Porto, Ottobre 2019) e di diverse iniziative in ambito nazionale e internazionale dedicate alla promozione e all’aggiornamento professionale nel settore dei Beni Culturali. Divulgatore scientifico, impiegato nella sensibilizzazione e nella comunicazione delle materie scientifiche partendo dal sistema bene culturale, nonché esperto di nuove forme di integrazione tra territorio e bene culturale al fine di promuovere una green economy nel settore.

Autore di numerosi articoli su rivista nazionale e internazionale, editore di diversi volumi nei suddetti temi, è curatore della collana “La materia della Bellezza” Aracne Editore

Daniele Baldacci – Fonda la BLUE CINEMA TV nel 1999, assecondando una tradizione familiare di tre generazioni di artigiani della fotografia dal 1929. La mission di “scrivere con la luce”, a partire dalle fasi di sviluppo e stampa fotografica fino ad arrivare alla fotografia cinematografica, al digitale in alta definizione e ai visual effects, costituisce il suo tratto distintivo. Molteplici i lavori che lo hanno visto coinvolto come Direttore della Fotografia. Premiato nei festival cinematografici internazionali con tre premi Kodak, e sei premi “Best Cinematography”. Negli ultimi anni inizia la attività di produttore cinematografico, realizzando film di giovani emergenti.

Nel 2011 supera anche l’ultima frontiera visiva, la cinematografia olografica interattiva, collaborando alla realizzazione della prima opera teatrale olografica al mondo, “Telesio” di Franco Battiato. A seguito di questa esperienza, sviluppa le sue invenzioni brevettate OLOS® (EPO patent, OAMI trademark) e HI® Human Interface (MISE UAMI patent, UAMI trademark). Fondatore e CTO della startup innovativa MOVIE LOGIC (2018), con la quale sviluppa la metodologia LOGIC SCRIPT® (intelligenza artificiale applicata al linguaggio cinematografico).

PROGRAMMA

GIORNO 1 (4 ore – Docente Luigi Russo)

- Come strutturare un approccio coordinato di comunicazione del *brand* per veicolare il complesso dei valori distintivi dell’offerta nazionale, interregionale e regionale in maniera coordinata sia verso i target interni che verso quelli internazionali.
- Digitalizzazione dei servizi di promozione e definizione di strategie di comunicazione che utilizzino al meglio la possibilità di diversificare le informazioni veicolate attraverso i molteplici canali disponibili dai nuovi media e dalle tecnologie digitali.
- Caso di studio e discussione: Un viaggio nel passato all’epoca di Carlo Magno a Poggibonsi, un museo open air che ricostruisce in scala reale il nucleo centrale del villaggio di IX secolo - <http://www.parco-poggibonsi.it/>

GIORNO 2 (4 ore)

- Metodi e strumenti per organizzare strategie specifiche di promozione e marketing.

- Caso di studio e discussione: SLUMM - San Lorenzo Urban Memory Museum. Sistemi di gestione integrata di informazioni, promozioni e marketing dell'offerta culturale, realizzati attraverso l'interoperabilità tra i principali portali turistici.
(2 ore – Docente Andrea Macchia)
- Olografia interattiva: interfacce che riproducono la figura umana e consentono di comunicare con l'ologramma rivolgendo domande ed ottenendo risposte in tempo reale ed in più lingue.
- Caso di studio e discussione – L'esperienza di Blue Cinema TV.
(2 ore – Docente Daniele Baldacci)

TEST DI VERIFICA DELLE COMPETENZE ACQUISITE