



Scuola
di Alti Studi in Economia
del Turismo Culturale
Cattedra Edoardo Garrone

9ª edizione

“Turismo culturale per lo sviluppo dei territori”

Siracusa, 27 ottobre / 6 dicembre 2014

PROFILO DEL CORSO

1. OBIETTIVI E METODI DELLA SCUOLA

La Scuola di Alti Studi in Economia del Turismo Culturale “Cattedra Edoardo Garrone” nasce a Siracusa nel 2006, su iniziativa di **Fondazione Edoardo Garrone, Consorzio Universitario Archimede, Camera di Commercio, Agricoltura e Artigianato di Siracusa e Confindustria Siracusa**, in collaborazione con **Regione Siciliana, Provincia Regionale di Siracusa e Comune di Siracusa** con l’intento di creare un polo didattico di alto profilo in Management del Turismo Culturale, capace di diventare un punto di riferimento nel panorama nazionale della formazione specializzata.

Dal 2011 è stato siglato un accordo di collaborazione che ha consentito l’ingresso di un altro partner autorevole: **l’Università degli Studi di Catania** che, oltre a partecipare attivamente al piano didattico, riconosce ai partecipanti **12 crediti formativi**.

Obiettivo della Scuola è proporre un’offerta didattica attuale e qualificante, che consenta di acquisire conoscenze specialistiche nel settore turistico-culturale e formi

figure capaci di intervenire con professionalità nell'ambito della gestione del patrimonio e della valorizzazione delle risorse del territorio.

Nello specifico, i Corsi si pongono l'obiettivo di offrire **a giovani laureati o professionisti del settore** una formazione di eccellenza legata ai temi della creazione, sviluppo e gestione del territorio turistico e del prodotto culturale.

In particolare, la Scuola intende:

- **proporre** occasioni di riflessione critica e spunti di provocazione intellettuale per nuove visioni e nuovi orizzonti di operatività;
- **offrire** prospettive concrete di sintesi fra l'agire del pubblico e l'intraprendere privato nell'ambito della gestione della destinazione culturale e dei relativi prodotti turistici;
- **fornire** ai partecipanti un sapere innovativo, da spendere nella propria realtà operativa, traguardando nel contempo orizzonti e contesti globali.

L'approccio formativo della Scuola **reinterpreta** i più tradizionali (e comunemente offerti) canoni didattici. Infatti, aspetto innovativo dei Corsi è essere organizzati secondo una **formula intensiva**, che garantisce in poche settimane un'offerta formativa completa, affiancando alle **lezioni frontali laboratori, esperienze sul campo e interventi di alto livello** sul piano culturale e internazionale.

I Corsi della Scuola intendono trattare il turismo culturale non tanto a livello di singolo operatore quanto di "sistema", inteso come insieme degli attori (imprese, enti e professionisti) che agiscono nel settore e offrono il loro "prodotto turistico" inseriti in un contesto territoriale, ambientale e culturale che, nella maggior parte dei casi, costituisce la vera "materia motivante" dell'esperienza turistica.

In sostanza, la formazione offerta dai Corsi si propone di rispondere alle seguenti domande:

- **Conviene** fare turismo? Come, quanto, perché e chi guadagna (e perde) con il turismo culturale;
- **Qual è** il turismo che dobbiamo "catturare"? Come è cambiato il turismo nella società e nella mente del turista: chi, come, per quanto e perché va in vacanza (fa turismo culturale);
- **Come** programmare, gestire e monitorare il turismo culturale?
- **Quali** gli approcci, le tecniche e gli strumenti per comunicare e "vendere" il turismo culturale?
- **Come** progettare, intervenire e creare valore nel settore del turismo e della cultura?

2. COMITATO SCIENTIFICO

Le scelte didattico-scientifiche relative alla Scuola sono affidate a un qualificato Comitato Scientifico che, composto da professionisti e docenti esperti nelle discipline trattate nell'ambito dei Corsi, monitora sui contenuti e la qualità dell'offerta formativa.

I membri del Comitato Scientifico sono:

- *Alessandro Amadori*: Psicologo e sociologo, Amministratore Delegato di Coesis Research.
- *Magda Antonioli Corigliano*: Professore dell'Area Economia e Coordinatore del Master in Economia del Turismo, Università Bocconi di Milano.
- *Lluís Bonet i Agustí*: Direttore dei Corsi Post-laurea in Management Culturale, Universitat de Barcelona.
- *Enrico Iachello*: Università degli Studi di Catania.
- *Lella Mazzoli*: Professore di Sociologia della Comunicazione e Direttore dell'Istituto di Comunicazione e Spettacolo, Università degli Studi "Carlo Bo" di Urbino.
- *Pier Luigi Sacco*: Pro Rettore alla Comunicazione e all'Attività Editoriale e Professore di Economia della Cultura, Università IUAV di Venezia.

3. DESTINATARI E CRITERI DI AMMISSIONE

Il Corso è riservato a chi abbia conseguito, indifferentemente, un diploma di laurea triennale (I livello), specialistica (II livello), magistrale, o sia in possesso di una laurea conseguita ai sensi del v.o., in particolare a laureati:

- che intendono specializzarsi e trovare occupazione nell'ambito turistico-culturale, in particolare nei settori dell'organizzazione, pianificazione e progettazione;
- operatori istituzionali e privati del settore turismo e relative organizzazioni di categoria;
- rappresentanti di enti e organizzazioni culturali, artistiche, ambientali; direttori/funzionari di musei, parchi;
- tour operator, organizzatori di viaggio e di eventi; rappresentanti di aziende della ricettività e dell'ospitalità.

4. PIANO DELL'ATTIVITÀ FORMATIVA

Il Corso si articola in moduli propedeutici e moduli specialistici (laboratorio di creazione d'impresa) per un totale di **6 settimane** e un impegno complessivo di **300 ore** di attività formativa (comprensiva di lezioni frontali, *case histories*, escursioni di studio e laboratorio di progettazione e creazione d'impresa con redazione di business plan).

La parte propedeutica sviluppa 5 tematiche istituzionali considerate fondamentali per acquisire adeguate conoscenze nel settore del turismo culturale:

1. Economia e Distretti del Turismo Culturale
2. Sociologia e Psicologia del Turismo
3. Marketing e Management del Turismo Culturale
4. Strategie di Marketing e Politiche Territoriali
5. Qualità, Innovazione e Comunicazione

La parte specialistica coincide con l'attività di **laboratorio di progettazione e creazione d'impresa** (comprensivo di esercitazioni, interventi di consulenti ed esperti, testimonianze e redazione di business plan).

Parte Propedeutica - Tematiche istituzionali

1. Economia e Distretti del Turismo Culturale

- Fondamenti di economia della cultura e del turismo culturale
- Modelli e strumenti per la valorizzazione dei beni culturali
- Il turismo e le ricerche qualitative e di mercato
- Il valore economico delle attività culturali
- I distretti culturali

2. Sociologia e Psicologia del Turismo

- Elementi di psicologia del turismo
- La psicologia del turismo come disciplina empirica
- La sociologia del turismo
- Teorie sociali dello sviluppo turistico: tipologie e stili di vita della domanda nazionale e internazionale di viaggi

3. Marketing e Management del Turismo Culturale

- Marketing e management: elementi e fondamenti
- Modelli e tipologie di turismo
- L'enogastronomia quale tipologia di turismo culturale
- Il "modello Italia": valori e nodi critici

4. Strategie di Marketing e Politiche Territoriali

- Politiche e marketing dell'accoglienza turistica
- Il successo dell'idea imprenditoriale
- Il turismo culturale e lo sviluppo territoriale
- Organizzazione e programmazione del territorio
- Cultura e turismo nei documenti d'indirizzo internazionale
- Strategie di marketing mix per l'impresa
- L'Ufficio Lista Patrimonio UNESCO

5. Qualità, Innovazione e Comunicazione

- Comunicazione dell'esperienza di viaggio
- Elementi di social mobile marketing
- Knowledge management e ICT per i nuovi scenari del turismo
- Editoria e turismo
- Il turismo culturale, le nuove tecnologie e l'uso del web
- Comunicazione della cultura e del prodotto turistico

Parte Specialistica – Laboratorio di creazione d'impresa

- Metodi di progettazione e start up nel settore turistico-culturale
- La creazione di valore nei settori del turismo e della cultura
- Competitor e potenzialità del territorio: come avviare un'attività e inserirsi in modo vincente nel settore del turismo culturale
- Networking, fundraising e rilancio del territorio

Le suddette tematiche saranno approfondite attraverso:

- **Lezioni frontali** mirate, tenute da consulenti e professionisti del settore (es: esperti in fundraising, organizzazione aziendale, pianificazione economico-finanziaria, normative per la costituzione d'impresa),
- **Testimonianze** di imprenditori e operatori di settore,
- **Esercitazioni**, comprensive di elaborazione analisi SWOT e business plan finale

Il laboratorio sarà gestito e supervisionato da un **coordinatore, esperto in progettazione turistico-culturale.**

Oltre all'attività d'aula, sia il coordinatore, sia gli esperti intervenuti, offriranno ai corsisti **consulenza mirata, anche a distanza**, per l'intera durata del laboratorio, al

fine di agevolarli nell'acquisizione delle competenze specifiche di progettazione e nell'elaborazione del business plan finale.

Per maggiori informazioni circa le modalità di accesso al Corso consultare il bando presente sul sito della Fondazione.

Fondazione Edoardo Garrone, Via San Luca, 2 - 16124 Genova - tel 010.8681517, fax 010.8681539, e-mail: turismoculturale.sr@fondazionegarrone.it, sito internet: <http://www.fondazionegarrone.it/formazione-cattedra-2014.html>