



Master in *Comunicazione* e *Cultura del Viaggio*

Fotografia Video Scrittura Web Turismo e Media

IN COLLABORAZIONE CON



Società Geografica
Italiana

DIREZIONE SCIENTIFICA
ANTONIO POLITANO



Il Master nasce dall'incontro tra il Centro Studi CTS, Società Geografica Italiana e il giornalista e fotografo Antonio Politano. E si avvale della collaborazione del professor Claudio Visentin e della Scuola del Viaggio da lui presieduta.

Si tratta di un percorso formativo interdisciplinare volto a creare "esperti in Comunicazione e Cultura del viaggio", una figura innovativa che abbia la capacità di analizzare i motivi di interesse e attrattività di territori e culture, al fine - da una parte - di creare e comunicare profili di viaggio per l'industria del turismo, e - dall'altra - di raccontare il viaggio attraverso scrittura, fotografia, video, web anche per l'industria dei media.

SCHEDA MASTER

FIGURE PROFESSIONALI

La figura professionale di "esperto in comunicazione e cultura del viaggio" può operare come:

- Ideatore di profili di viaggio autoriali
- Fotografo e giornalista (carta stampata, internet, tv, radio)
- Destination & communication manager
- Copywriter inserito nelle organizzazioni turistiche (tour operator, enti, associazioni)
- Esperto di web marketing per la diffusione di contenuti turistici e culturali
- Autore di guide e racconti di viaggio
- Documentarista e programmatista tv

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

- Tour operator, convention bureau, enti del turismo, associazioni e organizzazioni per la promozione del territorio
- DMC (Destination Management Company)
- Case editrici
- Giornali, uffici stampa e comunicazione
- Radio e tv
- Agenzie e aziende fotografiche
- Agenzie di comunicazione e marketing
- Consulenze e imprese turistiche
- Consulenze per la realizzazione di manifestazioni e festival di carattere culturale e turistico
- Consulenze website

DURATA E METODO DIDATTICO

Il Master ha una durata di 6 mesi, 3 in aula e 3 di stage.

La fase d'aula è articolata in 300 ore + 100 ore per la realizzazione del project work. La didattica segue un modello di learning by doing (fortemente orientata al saper fare), prevede il ruolo attivo dei partecipanti e periodiche verifiche sui livelli di apprendimento, sono previsti incontri con «testimoni privilegiati» legati alla cultura del viaggio (testimonianze, case histories) e uscite sul campo (esercitazioni pratiche con assistenza di esperti sul posto).

Le lezioni si svolgeranno in orario part-time, dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 14.

PROJECT WORK

Il programma prevede, nella fase finale del Master, 100 ore da dedicare allo sviluppo di un progetto realizzato in sottogruppi. Dalla realizzazione di un racconto (foto e testo, cartaceo o elettronico, e/o video) all'individuazione e promozione di un itinerario.

STAGE

Lo stage ha la durata di tre mesi ed è assicurato a tutti i partecipanti. Si svolgerà presso case editrici, giornali, tv, siti web, agenzie e aziende fotografiche, festival, aziende turistiche ed enti, associazioni, agenzie di comunicazione e marketing.

REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Sono ammessi alle prove di selezione laureati e laureandi senza limiti di età motivati al raggiungimento delle specializzazioni del Master. Altre candidature saranno oggetto di valutazione e potranno riguardare persone già inserite in ambito professionale.





AMMISSIONE

Per partecipare alle selezioni è necessario compilare il form "Prenota la tua selezione" presente sul sito www.centrostudicts.it. I candidati idonei saranno contattati dalla segreteria organizzativa per la conferma della data di selezione, consistente in un test di orientamento professionale e un colloquio motivazionale, preceduto dalla presentazione dell'intero percorso formativo e dall'analisi degli sbocchi professionali. (In caso di problemi durante la compilazione del form di registrazione è possibile inviare il curriculum vitae all'indirizzo reportage@centrostudicts.it). La prova di selezione è gratuita e non comporta nessun impegno.

CERTIFICAZIONI RILASCIATE

- Diploma di Master sottoscritto dagli Enti Patrocinatori del Centro
- Attestato di partecipazione Training Comunicazione Efficace & Self Empowerment



AREA PROPEDEUTICA

Quest'area intende fornire le conoscenze di base di alcuni ambiti del master per poterli poi approfondire all'interno dei moduli successivi.

■ INTRODUZIONE ALLA CULTURA DEL VIAGGIO

- Definizioni molteplici di viaggio
- Forme di narrazione del viaggio, attraverso parole e/o immagini
- Letteratura di viaggio, da Marco Polo a Bruce Chatwin
- Fotografia, luoghi, culture
- Individuare fili rossi, calare griglie interpretative, narrare luoghi e storie
- Scrittura e immagini di viaggio per raccontare nei media (giornalismo, editoria, tv), per comunicare nell'industria (tour operator, enti turistici, uffici stampa, adv, corporate), per sviluppare progetti personali (mostre, libri, video)

■ GEOGRAFIA, LA LETTURA DEGLI SPAZI

- Geografia come rappresentazione del mondo
- Individuazione di risorse e attrattive di territori e culture
- Mappe e descrizione dei luoghi: aspetti economici, politici, culturali

■ ANTROPOLOGIA, LA LETTURA DEL FATTORE UMANO

- Cultura del viaggio, evoluzione del turismo
- Lo spirito del luogo, identità e senso di appartenenza
- L'osservazione, il contatto
- Etnografia e antropologia dell'ospitalità
- Mobilità globale e flussi incrociati
- Nuovi turismi, etica e marketing territoriale
- Turismo responsabile, tra rispetto e invasività

■ TURISMO: IMPRESA E PROFILI DI VIAGGIO

- Sistema turismo, imprese, associazioni, Otp
- Turismo e turismi, analisi domanda e offerta turistica
- Programmazione turistica
- Elaborazione di percorsi e itinerari turistico-culturali
- Valorizzazione turistica di un territorio: eventi, festival, manifestazioni culturali

AREA TECNICA E PROFESSIONALE

Ciascuna delle aree sottostanti è organizzata in una parte teorica e una parte applicativa con uscite sul campo accompagnate da esperti.

■ IL VIAGGIO E LE INDUSTRIE DEL TURISMO E DEI MEDIA

- Ideare, narrare, comunicare un viaggio
- Prodotti per il turismo: profili di viaggio per operatori ed enti
- Prodotti per i media: riviste specializzate, guide turistiche, cataloghi, documentari
- Multimedia, nuova frontiera: unire immagini, fisse e in movimento, e sonoro

■ SCRITTURA E VIAGGIO

- Scrittura attorno a un viaggio, tecniche narrative e generi testuali: articolo divulgativo, racconto-reportage, guide
- Leggere per scrivere, letteratura di viaggio
- Preparazione di una storia: individuazione del tema, struttura del racconto, stile
- Editing

Il laboratorio di scrittura sarà organizzato in collaborazione con la Scuola del Viaggio



■ FOTOGRAFIA E VIAGGIO

- Elementi di storia della fotografia
- Tecnica fotografica applicata, formazione teorico-pratica di base sulle tecniche fotografiche
- Analisi e studio di situazioni tipo: dal paesaggio ai monumenti, dalla gente agli eventi
- Costruzione di un progetto fotografico: dall'idea alla fase dello scatto, alla post-produzione delle immagini
- Lavorazione digitale (e non) delle immagini
- Selezione, photo-editing, didascalizzazione, archiviazione digitale, presentazione sul web
- Elaborazione di percorsi editoriali ed espositivi
- Diritto della fotografia

■ WEB E VIAGGIO

- Rete come fonte di notizie, idee, chiavi di lettura, archivio
- Blog di viaggio e social networks
- Siti personali, vetrine e archivi potenziali

■ VIDEO E VIAGGIO

- Elementi di tecnica video
- Tipologie e funzioni del montaggio
- Elementi di base dei principali software di montaggio non lineare
- Aspetti tecnico-formali per la preparazione di un montaggio video

AREA SVILUPPO MANAGERIALE

Lo scopo di quest'area è integrare gli elementi di base, acquisiti nell'area propedeutica, con conoscenze specifiche del settore della comunicazione e del marketing applicati all'ambito del turismo e dei media.

■ MARKETING GENERALE E TERRITORIALE

- Principi, scopi, ambiti
- Marketing analitico: analisi del mercato, ricerche, segmentazione, posizionamento
- Marketing strategico: definizione della mission e degli obiettivi strategici, analisi dei rischi e delle opportunità interne ed esterne, analisi dei punti di forza e di debolezza, vantaggio competitivo
- Marketing operativo: il marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, promozione), Crs, responsabilità sociale d'impresa
- Piano di marketing: obiettivi, elementi costitutivi, redazione del Pm

■ COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- Strumenti e tecniche della comunicazione integrata d'impresa
- Strategia media e media planning
- Analisi economica del media planning
- Ufficio stampa e relazioni con i media
- Il piano di comunicazione e la misurazione dei risultati

■ NUOVE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE: IL WEB MARKETING APPLICATO AL TURISMO

- Strategie di web marketing
- Strumenti di web marketing (newsletter, blog, community e social networks)
- Strategie di Sem e Seo (Adwords)

AREA DELLA COMUNICAZIONE E SVILUPPO PERSONALE

Il modulo sviluppa nel partecipante la consapevolezza della qualità della sua comunicazione nei confronti degli altri e ha l'obiettivo di sviluppare i metodi per poter autonomamente individuare le risorse cognitive ed emozionali necessarie per competere con efficacia nell'attuale sistema lavoro.

- Comunicazione efficace
- Comunicazione interculturale
- Public speaking

