

PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI PRODUTTIVI

(Università degli Studi)

Insegnamento Laboratorio di organizzazione di eventi cinematografici e audiovisivi

GenCod A005946

Docente titolare LUCIANO SCHITO

Insegnamento Laboratorio di organizzazione di eventi cinematografici

Insegnamento in inglese Laboratory of management of film and audiovisual

Settore disciplinare L-ART/06

Corso di studi di riferimento
PROGETTAZIONE E GESTIONE DEI SISTEMI PRODUTTIVI AUDIOVISIVI E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 3.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 30.0

Per immatricolati nel 2020/2021

Erogato nel 2020/2021

Anno di corso 1

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Giudizio Finale

Orario dell'insegnamento
<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il laboratorio si propone di fornire gli elementi base per la conoscenza della settore sotto il profilo degli eventi culturali festivalieri e audiovisivi, approfondendo la doppia funzione dell'evento culturale audiovisivo sia come *tourism destination* (l'aspetto turistico economico e la promozione della destinazione turistica) che come *business innovation* (il profilo industriale innovativo del settore audiovisivo).

PREREQUISITI

La disciplina è nuova rispetto all'iter convenzionale consueto; sarebbero utili alcune informazioni essenziali di storia e critica del cinema, storia contemporanea, economia e management culturale.

OBIETTIVI FORMATIVI

Valorizzazione e potenziamento delle conoscenze audiovisive e culturali generali già acquisite nel triennio.
Sviluppo di competenze gestionali e manageriali di un evento culturale audiovisivo.
Scrittura progettuale e apprendimento della sostenibilità economica.
Acquisizione della metodologia e degli strumenti per la progettazione e l'organizzazione progettuale manageriale.
Conoscenza degli stakeholder di riferimento.
Acquisizione di competenze base del segmento turistico, del marketing territoriale, della comunicazione istituzionale, del mercato audiovisivo e del target di riferimento.
Brand management e sviluppo dei marchi d'area del turismo esperienziale.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali, Lavori di gruppo, Didattica laboratoriale e Seminari

MODALITA' D'ESAME

Tipo esame Scritto / Orale

Valutazione idoneità

Progetto d'esame

Lo studente dovrà scegliere tra una delle seguenti tipologie di lavoro individuale o di gruppo:

1. Progetto e piano economico di un evento cinematografico audiovisivo;
 2. Analisi storico/economica di un festival cinematografico;
 3. Posizionamento del prodotto filmico all'interno del circuito festivaliero.
-

APPELLI D'ESAME

7 giugno ore 15.00

21 giugno ore 15.00

5 luglio ore 15.00

Programma

- Classificazione degli eventi;
- Caratteristiche essenziali di un Festival cinematografico: il suo Format;
- Elementi Storici. Le origini dei grandi Festival di Cinema;
- Economia del Tempo Libero. Il Festival come medium nella società post-industriale;
- Patrimonio Culturale Materiale e Patrimonio Culturale Immateriale. Il finanziamento pubblico. Il finanziamento privato;
- DMO – Destination Management Organization. Brand, Marketing Territoriale, Sviluppo Locale e Promozione dei Luoghi;
- Festival mercato, business innovation e auto promozione autoriale;
- I rapporti con la filiera. Le distribuzioni. I buyers. Il network;
- Dinamiche interne al festival: La critica e la giuria. Capacità di promozione dei film;
- La direzione artistica;
- Attività centrale o *core*, attività aggiuntive e attività accessorie o collaterali;
- L'impatto dei Festival: impatto economico, impatto turistico, impatto culturale, impatto sociale, impatto ambientale, impatto politico;
- L'impatto economico: effetto diretto, effetto indiretto, effetto indotto;
- Dal Progetto a Prodotto Festival. I modelli organizzativi. Fasi, processi e funzioni di un progetto culturale. Organizzazione delle risorse umane. Il Festival Manager;
- Una metodologia per la progettazione dell'esperienza turistica: *"Tourist Experience Design". L'esperienza culturale e creativa: Il Festival;*
- La comunicazione e il marketing di un festival;
- La dimensione economica e la sua sostenibilità. Le spese di gestione. L'effetto moltiplicatore;
- Il Cineturismo festivaliero;
- Destination Management. Destination Marketing. Il prodotto turistico Film Festiva;
- Il consumo culturale e l'offerta turistica;
- Il pubblico;
- Indice di fidelizzazione e intensità;
- Il valore economico di un Festival, la sua "commercializzazione".

Filmografia

- *"Lo zio Boonmee che si ricorda le vite precedenti"* di Apichatpong Weerasethakul, 2010 Thailandia, Regno Unito, Francia, Germania, Spagna, 113 min;
- *"Still life"* di Jia Zhangke, 2006 Cina, 107 min;
- *"Vitalina Varela"* di Pedro Costa, 2019 Portogallo, 124 min;
- *"Cosmos"* di Andrzej Zulawski, 2015 Francia, Portogallo, 103 min;
- *"Il cliente"* di Asghar Farhadi, 2016 Iran, Francia, 119 min;
- *"Gomorra"* di Matteo Garrone, 2008 Italia, 130 min;
- *"Sacro G.R.A."* di Gianfranco Rosi, 2013 Italia, Francia, 90 min;
- *"Babel"* di Alejandro González Iñárritu, 2006 USA, Messico, Giappone, 142 minuti;
- *"Il tuo ultimo sguardo" (The Last Face)* di Sean Penn, 2016 USA, 131 min;
- *"La meglio gioventù"* di Marco Tullio Giordana, 2003, Italia, 360 min;
- *"Le meraviglie"* di Alice Rohrwacher, 2014, Italia, Svizzera, Germania, 110 min;
- *"Meduse"* di Shira Geffen e Etgar Keret, 2007, Israele, Francia, 78 min;
- *"I 400 colpi"* di François Truffaut, 1959, Francia, 95 min;

* Tutti i film sono disponibili gratuitamente su RaiPlay.

** I film osservano un ordine e un criterio di visione che verrà spiegato durante il laboratorio.

TESTI DI RIFERIMENTO

- Abis M. e Canova G., I festival del cinema. Quanto la cultura rende, Milano, Johan & Levi, 2012;
- Argano L., Bollo A., Dalla Sega P., Organizzazione eventi culturali. Ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico, Milano, Franco Angeli, 2018.
- Benhamou F., L'economia della cultura. Nuova edizione, Bologna, Il Mulino, 2020;
- Frémaux T., Cannes Confidential, Roma, Donzelli, 2018;
- Maussier B., Festival management e destinazione turistica, Milano, Hoepli, 2010;
- Pisu S., Il XX secolo sul red carpet. Politica, economia e cultura nei festival internazionali del cinema (1932-1976), Milano, Franco Angeli, 2021;
- Presutti M., Analisi imprenditoriale ed economica dei festival del cinema. Un modello interpretativo del turismo degli eventi culturali, Caterano (RM), Aracne, 2018;