

TECHNICAL TRANSLATION AND INTERPRETING (LM33)

(Università degli Studi)

Teaching Laboratory of management of film and audiovisual events

GenCod A005946

Owner professor LUCIANO SCHITO

Teaching in italian Laboratorio di organizzazione di eventi cinematografici

Teaching Laboratory of management of film and audiovisual events

SSD code L-ART/06

Reference course TECHNICAL TRANSLATION AND INTERPRETING

Course type Laurea Magistrale

Credits 2.0

Teaching hours Front activity hours: 20.0

For enrolled in 2023/2024

Taught in 2023/2024

Course year 1

Language ITALIAN

Curriculum PERCORSO UNISALENTO

Location

Semester Second Semester

Exam type Oral

Assessment Final judgement

Course timetable

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BRIEF COURSE DESCRIPTION

Laboratorio 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 *Destinazione Turistica* (l'aspetto turistico economico e la promozione della destinazione turistica) che come *innovazione aziendale* (il profilo industriale innovativo del settore audiovisivo).

REQUIREMENTS

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.

COURSE AIMS

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.

TEACHING METHODOLOGY

Lezioni frontali, Lavori di gruppo, Didattica laboratoriale e Seminariale

ASSESSMENT TYPE**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. Analisi dei dati e profilazione socio-demografica dei visitatori dei festival cinematografici;
 4. Breve relazione sulle strategie di Comunicazione e brand Identity di un Festival Cinematografico;
 5. Tradurre per un festival: sviluppare progettualità e piano economico di una Summer o winter school dedicata ai mestieri del cinema. La formazione sulla traduzione audiovisiva, l'accessibilità, la sincronizzazione e la traduzione dei sottotitoli.
-

ASSESSMENT SESSIONS**ESAME ORALE:**

14 maggio ore 15.30 - Edificio Inapli, via Birago, Aula 22A

10 giugno ore 16.00 - Edificio Inapli, via Birago, Aula 22A

2 luglio ore 16.00 - Edificio Inapli, via Birago, Aula 22A

23 luglio ore 16.00 - Edificio Inapli, via Birago, Aula 22A

OTHER USEFUL INFORMATION

Le lezioni, con cadenza settimanale il martedì dalle ore 16.00 alle ore 18.00, avranno inizio martedì 19 marzo e termineranno martedì 21 maggio. AULA A 22.

FULL SYLLABUS

- 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".
 - Tradurre per un festival: la traduzione audiovisiva, l'accessibilità, la sincronizzazione e la traduzione dei sottotitoli.

REFERENCE TEXT BOOKS

- Maussier B., I futuro degli eventi. Scenari creativi nella società del tempo libero, Milano, Hoepli, 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;
 - Presutti M., Analisi imprenditoriale ed economica dei festival del cinema. Un modello interpretativo del turismo degli eventi culturali, Caterano (RM), Aracne, 2018;