

## Corso

# MASTER CLASS: COMUNICAZIONE DEI BENI NATURALI UNESCO

### Contesto

Una delle questioni più importanti per il riconoscimento e la consapevolezza del valore di un Bene naturale UNESCO, come le Dolomiti, è la costruzione di una rete comunicativa efficace, frutto dell'impegno di molteplici soggetti pubblici e privati. Fino ad ora una comunicazione di questo tipo è stata piuttosto carente anche per la parziale disponibilità a investire in questa direzione.

### Percorso

La comunicazione pubblica e la circolazione dei significati assumono particolare rilievo nell'era dell'informazione e cambiano decisamente i metodi e gli strumenti di comunicazione.

Per questi motivi sembra di particolare utilità proporre un percorso formativo mirato ad approfondire e specializzare le competenze, i metodi e gli strumenti della comunicazione.

### Destinatari

Il corso prevede il coinvolgimento di 15 partecipanti appartenenti a diverse realtà dei territori delle Dolomiti UNESCO

- Giornalisti
- Aziende di Promozione Turistica, Aziende di Soggiorno e Pro Loco
- Enti Pubblici (Province, Comuni, Comunità di Valle, ..)
- Aree MAB, reti di riserva e siti UNESCO

### Competenze attese

- Aiutare i partecipanti a riconoscere il valore della comunicazione per la valorizzazione del Bene naturale UNESCO;
- Favorire l'apprendimento di competenze comunicative evolute;
- Sviluppare capacità di comunicazione finalizzata all'influenza sociale;
- Consentire ai partecipanti di apprendere metodi e prassi per la comunicazione e la negoziazione commerciale collegata ai beni naturali;
- Attivare i partecipanti perché siano disseminatori del valore della comunicazione del Bene naturale nel proprio ambiente, istituzione, territorio.

## ARTICOLAZIONE E CONTENUTI

### 1. Attivazione

La partecipazione al percorso formativo implica che ogni partecipante si attivi nel periodo precedente al lavoro di aula per riflettere sulla propria esperienza, aiutato da uno strumento di analisi opportunamente predisposto e fornito.

La compilazione dello strumento e la consegna preliminare allo staff del corso, si propone di attivare i partecipanti, rilevando alcuni tratti della propria esperienza nel campo della comunicazione sia di influenza che commerciale. Le informazioni elaborate in modo anonimo verranno utilizzate dallo staff e dai docenti per impostare le azioni formative e conmetterle alle esperienze dei partecipanti, oltre che per l'impostazione della terza fase dei lavori, centrati sull'integrazione tra le conoscenze fornite e le prassi comunicative di ogni partecipante.

### 2. Contenuti

I modelli comunicativi su cui appare necessario sviluppare apprendimenti che interessano in questo contesto sono:

- COMUNICAZIONE DI PROPOSTA serve a far conoscere l'evento del riconoscimento del bene naturale da parte dell'UNESCO e le sue molteplici implicazioni;
- COMUNICAZIONE DI INFLUENZA: comunicazione finalizzata a sviluppare sistemi di influenza e strategie di circolazione dei significati in grado di incidere sugli orientamenti relativi ai beni naturali e al patrimonio UNESCO.
- COMUNICAZIONE COMMERCIALE: comunicazione finalizzata a intervenire nelle scelte e nelle decisioni riguardo all'accessibilità e ai sistemi di preferenze di gruppi di fruitori potenziali del Bene naturale UNESCO e delle offerte territoriali inerenti.

### 3. Apprendimento, esperienze e applicazioni

I partecipanti sono aiutati a connettere gli apprendimenti conseguiti in ognuno degli aspetti dei contenuti con la propria esperienza operativa. Per questo scopo i partecipanti saranno organizzati secondo le caratteristiche di un gruppo operativo, in cui metodi e strumenti applicativi diventeranno parte centrale dell'azione formativa. Le esercitazioni realizzate in questa fase mirano ad un'appropriazione sufficientemente approfondita dei contenuti e dei metodi della comunicazione dei beni naturali UNESCO.

## Programma

### 1 GIORNATA | 20 ottobre 2016

**ore 14.00-18.00 - Comunicare efficacemente l'offerta delle imprese, dei territori e del sistema dolomitico**

**Laboratorio iniziale RBL – Research Based Learning**

*Ugo Morelli*, Responsabile Scientifico Area UNESCO tsm step e Professore all'Università di Bergamo

*Emanuela Fellin*, Pedagogista Clinica, Responsabile per il Muse dell'area della formazione e della ricerca scientifica UNESCO e dei laboratori di esercitazione presso l'Università di Bergamo

### 2 GIORNATA | 21 ottobre 2016

**ore 9.00 -16.00 - Comunicazione commerciale e strategie di valorizzazione dei beni naturali e culturali**

*Francesco Pignataro*, Direttore DIA Cultura Roma

**ore 16.00-18.00 - Comunicazione commerciale e strategie di valorizzazione dei beni naturali e culturali**

*Giuliano Vantaggi*, Consulente marketing Dolomiti UNESCO

### 3 GIORNATA | 22 ottobre 2016

**ore 9.00-12.30 - Laboratorio applicativo per lo sviluppo di una comunicazione efficace del bene naturale**

*Ugo Morelli, Emanuela Fellin*

**ore 12.30-13.00 - Comunicazione del bene naturale e ruolo della Fondazione Dolomiti UNESCO**

*Marcella Morandini*, Direttrice Fondazione Dolomiti UNESCO

## Modalità di iscrizione

Per partecipare al corso occorre effettuare l'iscrizione inviando una mail all'indirizzo [emanuela.fellin@muse.it](mailto:emanuela.fellin@muse.it)

Il gruppo di partecipanti sarà composto da coloro che avranno effettuato l'iscrizione entro il giorno 14 ottobre 2016. In caso di richieste eccedenti, verranno tenute in considerazione le prime 15 iscrizioni.

## Sede

Il percorso si terrà presso il MUSE – Museo delle Scienze di Trento.

Riserva: la tsm-Trentino School of Management, previo accordo con la Provincia autonoma di Trento, si riserva la facoltà di apportare all'articolazione, ai contenuti, alle condizioni di frequenza, ai requisiti per l'ammissione, all'organizzazione e al calendario del corso ogni variazione che a suo giudizio dovesse risultare opportuna. Si riserva, inoltre, di verificare la possibilità di avviare il percorso sulla base del numero effettivo dei partecipanti.