

# COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE STRATEGIE DIGITALI PER COMUNICARE I BENI CULTURALI: PROGRAMMA

## VENERDÌ (14.30-18.30)

### Docente Luigi Russo (4 ore)

Come strutturare un approccio coordinato di comunicazione del *brand* per veicolare il complesso dei valori distintivi dell'offerta nazionale, interregionale e regionale in maniera coordinata sia verso i target interni che verso quelli internazionali.

Digitalizzazione dei servizi di promozione e definizione di strategie di comunicazione che utilizzino al meglio la possibilità di diversificare le informazioni veicolate attraverso i molteplici canali disponibili dai nuovi media e dalle tecnologie digitali.

Caso di studio e discussione: Un viaggio nel passato all'epoca di Carlo Magno a Poggibonsi, un museo open air che ricostruisce in scala reale il nucleo centrale del villaggio di IX secolo - <http://www.parco-poggibonsi.it/>)

## SABATO (9.30-13.30)

### Docente Andrea Macchia (2 ore)

Metodi e strumenti per organizzare strategie specifiche di promozione e marketing.

Caso di studio e discussione: SLUMM - San Lorenzo Urban Memory Museum. Sistemi di gestione integrata di informazioni, promozioni e marketing dell'offerta culturale, realizzati attraverso l'interoperabilità tra i principali portali turistici

### Docente Daniele Baldacci (2 ore)

Olografia interattiva: interfacce che riproducono la figura umana e consentono di comunicare con l'ologramma rivolgendo domande ed ottenendo risposte in tempo reale ed in più lingue.

Caso di studio e discussione: L'esperienza di Blue Cinema TV.



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DELLA  
**TUSCIA**

DIPARTIMENTO  
DI ECONOMIA, INGEGNERIA,  
SOCIETÀ E IMPRESA



**UER ACADEMY**  
Per lo sviluppo delle professionalità



**DTC** LAZIO  
DISTRETTO TECNOLOGICO  
BENI E ATTIVITÀ CULTURALI  
CENTRO DI ECCELLENZA