

PROGRAMMA DEL CORSO DI TEORIE E TECNICHE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/07

CFU

6

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

/**/

AGENDA

/**/

In Informazioni Appelli nella home del corso per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

/**/

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale.

L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso.

L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

LINGUA DI INSEGNAMENTO: ITALIANO

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

Gli effetti sociali dei media

La ricerca sociale sui media Teoria degli effetti sociali limitati della comunicazione La scuola di Palo Alto Logiche della notiziabilità La scuola di Francoforte La teoria funzionalista La teoria degli effetti della comunicazione di massa Mass media e comunicazione Dal mass media ai media digitali. I media digitali come nuovi mass media Le funzioni ed i codici del processo di comunicazione I cultural studies La comunicazione interpersonale Comunicazione ed identità. Il sé ed i media Il Concetto di Comunicazione Globale Fattori strategici della comunicazione A chi e cosa comunicare Il fattore umano Giornalismo d'inchiesta tra i dati: le nuove fonti del giornalista Ecosistema social media Facebook. Il social di cittadinanza Instagram. Dal photo sharing allo shopping LinkedIn. La community social professionale YouTube. Video sharing e video advertising Microblogging con Twitter TikTok. Un algoritmo per i marketers La pianificazione dei media tradizionali La pianificazione dei media digitali La pianificazione del digital advertising La pianificazione dei social media

RECAPITI

diletta.capissi@unipegaso.it

angela.vivona@unipegaso.it

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/**/

Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività:

Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Partecipazione al forum tematico Lettura area FAQ Svolgimento delle prove in itinere con feedback

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/

Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni

corredate di testo e questionario finale. Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi. Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione

corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione. □ Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.

TESTO CONSIGLIATO

/**/

FREQUENZA DEL CORSO

/**/
FREQUENZA DEL CORSO: OBBLIGATORIA ONLINE. AI CORSISTI VIENE RICHiesto DI VISIONARE ALMENO L'80% DELLE VIDEOLEZIONI PRESENTI IN PIATTAFORMA.