Università Mercatorum
Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA ECONOMICA E DELLE ORGANIZZAZIONI

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/09

CFU

9

OBIETTIVI

Il corso intende fornire un inquadramento teorico complessivo sulla sociologia economica. Un obiettivo ulteriore è quello di offrire strumenti teorici, ma anche di tipo applicativo, che possano essere utili per l'analisi socio-comunicativa dei contesti economici e lavorativi.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Gli studenti dovranno conseguire delle forme e dei linguaggi della comunicazione nella società complessa attraverso l'acquisizione di competenze sui principali modelli e teorie di riferimento in ambito comunicativo. Gli studenti conseguono tali conoscenze di base attraverso la frequenza delle lezioni e lo studio dei testi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti dovranno conseguire capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso l'abilità ad analizzare i linguaggi dell'informazione e le diverse tipologie di fruizione.

Autonomia di giudizio

Gli studenti dovranno acquisire l’abilità di riflessione critica sulle dinamiche evolutive dei processi economici e del lavoro e sulle trasformazioni in atto delle forme della comunicazione interpersonale mediata in pubblico. Tale capacità di giudizio dovrà essere applicata nella preparazione dell'esame finale.

Abilità comunicative

L’esposizione del materiale didattico e l’ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

Agli studenti vien richiesto di adottare un metodo di apprendimento critico capace di connettere competenze teoriche e analisi empirica, orientandosi alla specificazione di un pensiero autonomo.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L’esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale che nelle sedi periferiche.

L’esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L’esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 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 sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia 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 attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l’iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

54 Videolezioni + 54 test di autovalutazioneImpegno totale stimato: 54 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Redazione di un elaborato

Partecipazione a una web conference

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 9 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

162 ore per lo studio individuale

LIBRO DI RIFERIMENTO

Dispense del docente

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - INTRODUZIONE ALLA SOCIOLOGIA

2 - CONCETTI CHIAVE DI SOCIOLOGIA GENERALE

3 - CENNI DI SOCIOLOGIA DEL DIRITTO E SOCIETÀ DEL DIRITTO

4 - MICHEL FOUCAULT: IL POTERE E IL DIRITTO

5 - INTRODUZIONE ALLA METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE

6 - SOCIOLOGIA E RICERCA QUANTITATIVA

7 - LA METODOLOGIA QUALITATIVA

8 - SPAZIO E TEMPO

9 - INFLUENZE, AUTORI E TEORIE

10 - EMILE DURKHEIM

11 - MAX WEBER

12 - SIMMEL E LA SCUOLA DI CHICAGO

13 - LA SOCIOLOGIA AMERICANA DOPO LA SCUOLA DI CHICAGO

14 - VILFREDO PARETO

15 - I TEMI SOSTANZIALI DELLA RICERCA SOCIOLOGICA: LE ISTITUZIONI DELLA SOCIALIZ...

16 - I TEMI SOSTANZIALI DELLA RICERCA SOCIOLOGICA: LE ISTITUZIONI DELLA SOCIALIZ...

17 - SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE: SOGGETTI E CONTESTO

18 - IL PROCESSO DI COMUNICAZIONE NEI MASS MEDIA

19 - TEORIE DI SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

20 - I MERCATI DELL’AUDIOVISIVO

21 - LE SFIDE PER L’EDITORIA

22 - L’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

23 - LA MISURAZIONE DEGLI INDICI D’ASCOLTO

24 - LA VIGILANZA AGCOM IN MATERIA DI INDICI D’ASCOLTO

25 - LA COMMISSIONE EUROPEA

26 - TUTELA DEGLI UTENTI NELLE TELECOMUNICAZIONI

27 - MISURE DI TRASPARENZA A TUTELA DELL’UTENZA

28 - COMMISSIONE PARLAMENTARE DI VIGILANZA E PAR CONDICIO

29 - INFORMAZIONE POLITICA E MONITORAGGIO

30 - NEW MEDIA E PRIVACY

31 - LA DISCIPLINA DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO

32 - GLI OBBLIGHI DI PROGRAMMAZIONE: LA TUTELA DEI MINORI

33 - GLI OBBLIGHI DI PROGRAMMAZIONE: LA PUBBLICITÀ

34 - LOGICAL CHANNEL NUMBERING

35 - LA POLICY DELLA COMMISSIONE SUI CONTENTUTI

36 - LA POLICY DELLA COMMISSIONE EUROPEA SULLE RETI

37 - IL DIBATTITO SULLA NET NEUTRALITY

38 - LA TUTELA DELLE OPERE EUROPEE

39 - LA DISCIPLINA DELLE DEROGHE, LA PRODUZIONE INDIPENDENTE E IL MERCATO ATTUAL...

40 - LA TV 2.0

41 - DIRITTO D’AUTORE ON-LINE

42 - L’ECOSISTEMA DIGITALE E CONNESSO

43 - LE NUOVE DINAMICHE DI MERCATO

44 - SERVIZI E PIATTAFORME APPLICATIVE

45 - EVOLUZIONE DI INTERNET

46 - NUOVI SERVIZI

47 - LA REGOLAZIONE DEI NEW MEDIA

48 - LE POLICY COMUNITARIE