Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI AUDIOVISIVI DIGITALI

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/06

CFU

8

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/ Conoscenza e capacità di comprensione: Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere la transizione alle tecnologie digitali che si è dispiegata nella seconda metà del Novecento e che si è diffusa largamente anche attraverso la rete Internet, negli stessi anni aperti all'uso civile. Su questi presupposti il nostro secolo ha sviluppato una digitalizzazione pressoché completa dei media, che è particolarmente importante comprendere in un corso di laurea dedicato alle arti, alla musica e allo spettacolo. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica e la ricostruzione storica della digitalizzazione, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni (esse stesse, per la loro natura, un esempio di audiovisivo digitale) e di poter usare consapevolmente le tecnologie digitali, traendone i migliori risultati. Autonomia di giudizio: Lo studio degli audiovisivi digitali, che vedono il grande pubblico, e lo stesso studente, in una posizione di produttore di contenuti, e non solo di spettatore, comportano responsabilità ed equilibrio; gli esempi addotti nel corso permetteranno allo studente di acquisire una responsabile autonomia di giudizio, in modo da comprendere quali strumenti sono applicabili ai temi di suo interesse, e quali sono le soluzioni più appropriate. Abilità comunicative: L'audiovisivo è da sempre componente forte della comunicazione e la digitalizzazione ne ha accresciuto la diffusione e le potenzialità. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, ma anche di imparare a presentare adeguatamente i prodotti che andrà a realizzare. Capacità di apprendimento: La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

OBIETTIVI

Il corso si propone di introdurre gli studenti all'acquisizione di elementi audiovisivi digitali determinati dall'avvento del cinema, della radio, della televisione e delle incidenze.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere

seguito almeno l’80% delle videolezioni. Nel corso dell’anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all’inizio dell’anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orai o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla digitalizzazione dei media e alla rete Internet; Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare singoli media o contenuti; Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.
- 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): 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI):

Redazione di un elaborato Partecipazione a web conference Svolgimento delle prove in itinere con feedback Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento: 144 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento: Enrico Menduni: Radio e televisione nel XX secolo, Bari, Laterza, 2016.

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - INTRODUZIONE AGLI AUDIOVISIVI DIGITALI

2 - DUE CONCETTI ESSENZIALI: ANALOGICO E DIGITALE

3 - IL NOVECENTO, IL SECOLO DEI MEDIA ANALOGICI. TECNOLOGIE E USI SOCIALI

4 - LA DIGITALIZZAZIONE DEI MEDIA: STAMPA, FOTOGRAFIA, MUSICA RIPRODOTTA

5 - LA DIGITALIZZAZIONE DEI MEDIA AUDIOVISIVI

6 - NASCITA DEL CALCOLATORE ELETTRONICO ANALOGICO

7 - COMPUTER IN GUERRA: GLI USI MILITARI DEI CALCOLATORI ELETTRONICI

8 - I COMPUTER MAINFRAME

9 - ICT, INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

10 - NASCITA DEL PERSONAL COMPUTER

11 - MICROPROCESSORI, ANDROIDI, CLONI

12 - IL PC: UN NUOVO STRUMENTO PER LA CRESCITA PERSONALE

13 - SISTEMI OPERATIVI, INTERFACCE, APPLICAZIONI

14 - IL COMPUTER AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE: SUONI, IMMAGINI, VIDEO

15 - ALLE ORIGINI DI INTERNET

16 - IL WORLD WIDE WEB

17 - LA POSTA ELETTRONICA

18 - I SITI WEB

19 - MUSICA GRATIS

20 - LE RETI DA CUI PASSA INTERNET

21 - TORRI CROLLANTI

22 - LA TELEFONIA CELLULARE

23 - VIDEOGIOCHI

24 - MONDI VIRTUALI

25 - INTERNET 2.0. IL PROTAGONISMO DELL'UTENTE. LO SPIRITO WIKI. WIKIPEDIA. I BL...

26 - INTERNET 2.0. L'ERA DI GOOGLE

27 - INTERNET 2.0. IL COMMERCIO ELETTRONICO. DA EBAY AD AMAZON. TRANSAZIONI ON L...

28 - L'IPOD E ITUNES

29 - DAL CELLULARE ALLO SMARTPHONE. INTERNET MOBILE, ADSL, WI-FI

30 - LO SMARTPHONE, UN DISPOSITIVO MULTIFUNZIONALE

31 - UN MATRIMONIO RIUSCITO: SMARTPHONE E FOTOGRAFIA

32 - L'EDITORIA DI FRONTE A INTERNET

33 - CASE EDITRICI, LETTURA E PODCAST

34 - LA TV DIVENTATA DIGITALE, LA RADIO IN TRANSIZIONE

35 - IL CINEMA DIGITALE

36 - LA NUOVA SERIALITÀ NELL'EVOLUZIONE DEI SISTEMI TELEVISIVI

37 - IL FANDOM

38 - COSA SONO I SOCIAL NETWORK

39 - VIVERE CONNESSI

40 - YOUTUBE, FLICKR, INSTAGRAM

41 - TWITTER

42 - LA MUSICA DIGITALE

43 - REALT VIRTUALE E REALT AUMENTATA

44 - NETFLIX. LE NUOVE MODALIT DI OFFERTA

45 - COMUNICARE VIA SMARTPHONE: DA SKYPE A WHATSAPP E WECHAT

46 - GLI OVER-THE-TOP

47 - INTERNET: MARKETING, DATI, ALGORITMI

48 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE E AUDIOVISIVI DIGITALI