Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI COMUNICAZIONE E NUOVI MEDIA

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/06

CFU

8

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

Il corso si propone di far apprendere, attraverso lezioni frontali ed esercitazioni, le principali pratiche che stanno alla base della professione giornalistica. Partendo dallo studio di tecniche fondamentali quali l'impaginazione, la titolazione, la scrittura dei diversi generi giornalistici e il giornalismo on-line, lo studente sarà messo in grado di compiere un percorso nel contesto ampio delle teorie della comunicazione giornalistica. Una particolare attenzione sarà dedicata al giornale quotidiano in Italia e alle profonde modificazioni che derivano alle pratiche professionale dallo sviluppo del Web 2.0. Alla fine del corso, seguendo le lezioni frontali e realizzando le esercitazioni, gli studenti dovrebbero essere in grado di padroneggiare gli elementi basilari della professione giornalistica e di avere gli elementi per accedere alla formazione superiore in questo ambito.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche degli strumenti per orientarsi nel settore del giornalismo coniugando anche elementi di diritto e attenzione alle variabili sociologiche. Un’attenzione specifica è dedicata alle diverse tipologie di giornalismo con l’analisi dei differenti meccanismi di funzionamento. Lo studio di tali tematiche unitamente a elementi di social media permetterà allo studente di comprendere le logiche di fondo di funzionamento dei nuovi media. Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici casi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l’obiettivo di coglierne l’impatto. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso. Autonomia di giudizio: Lo studio delle dinamiche di comunicazione, in un’ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità d giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all’analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti. Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni casi e brand specifici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all’argomento. Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l’accesso alla videoconferenza. 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 articoli giornalistici, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI

E’ previsto il raccordo con l’insegnamento di Sociologia dei processi economici

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 nelle 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).

LIBRI DI RIFERIMENTO

/**/
“Sociologia dei media”di Denis McQuail

“Social media marketing per il turismo” di Josep Ejarque

PROGRAMMA DIDATTICO

1 Giornalismo d’inchiesta tra i dati /1

2 Giornalismo d’inchiesta tra i dati /2

3 Giornalismo d’inchiesta tra i dati /3

4 Giornalismo d’inchiesta tra i dati /4

5 La Cronaca /1

6 La Cronaca /2

7 L’evoluzione dei tg /1

8 L’evoluzione dei tg /2

9 L’organizzazione del lavoro 2.0

10 Le notizie nell’era 2.0

11 Teorie e tecniche dei nuovi media /1

12 Teorie e tecniche dei nuovi media /2

13 I quotidiani e la loro evoluzione /1

14 I quotidiani e la loro evoluzione /2

15 I quotidiani e la loro evoluzione /3

16 I quotidiani e la loro evoluzione /4

17 Le leve di Facebook nella comunicazione turistica (Mulè)

18 I social media e la comunicazione turistica (Mulè)

19 Marketing turistico (Mulè)

20 Strategia multibrand e promozione turistica (Mulè)

21 L’informazione e l’evoluzione dal giornale al brand /1

22 L’informazione e l’evoluzione dal giornale al brand /2

23 L’informazione e l’evoluzione dal giornale al brand /3

24 L’informazione e l’evoluzione dal giornale al brand /4

25 Giornalismo radiofonico /1

26 Giornalismo radiofonico /2

27 Giornalismo radiofonico / 3

28 Giornalismo radiofonico /4

29 Elementi di diritto per il giornalismo /1

30 Elementi di diritto per il giornalismo /2

31 Elementi di diritto per il giornalismi /3

32 Elementi di diritto per il giornalismo /4

33 L’informazione economica

34 Il giornalismo culturale

35 L’informazione televisiva all news /1

36 L’informazione televisiva all news /2

37 Politica e giornalismo

38 Economia dei media (Caruso)

39 L’organizzazione mediale (Caruso)

40 La comunicazione globale (Caruso)

41 Il Pubblico (Caruso)

42 Semiologia (Caruso)

43 Comunicazione e persuasione (Caruso)

44 Comunicazione e pubblico (Caruso)

45 La pubblicità sociale (Caruso)

46 La pubblicità (Caruso)

47 Media e cultura (Caruso)

48 Comunicazione e turismo (Mulè)

AGENDA

L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l’iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E’ previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.

Attività di didattica erogativa (DE)

• 48 Videolezioni

Totale 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)

• Redazione di un elaborato

• Partecipazione a una web conference

• Lettura area FAQ

• 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