Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI DIGITAL AND SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/08 (GSPS-06/A)

CFU

9

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

/**/
SPS/08

ANNO DI CORSO

/**/
III Anno

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA

/**/
Base q

Caratterizzante X

Affine q

Altre attività q

NUMERO DI CREDITI

/**/
9 CFU

DOCENTI

Tito Vagni Lidia Manzo

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.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI

/**/
L'insegnamento si propone di fornire le basi teorico-metodologiche e gli strumenti operativi fondamentali per lo sviluppo di strategie di comunicazione digitale attraverso i social media.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI

/**/
Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine dell’Insegnamento lo studente dovrà:

- conoscere la molteplicità delle possibilità offerte dal mercato del lavoro per occuparsi della comunicazione attraverso i social media, delle relative competenze necessarie e degli strumenti utili allo svolgimento della specifica professione;

- conoscere il panorama degli strumenti di Social Media Marketing, gli ambiti ad esso collegati -all’interno di una strategia di comunicazione più ampia.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Acquisire competenze di:

- branding

- strategie di comunicazione online

- creazione di contenuti digitali (testuali e visuali)

Autonomia di giudizio

Questo avverrà attraverso la riflessione critica sulle dinamiche e gli avvenimenti e lo studio delle videolezioni. Tale capacità 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

Le capacità acquisite dallo studente costituiranno, in riferimento alla componente pratica, parte fondamentale di quella formazione multidisciplinare prevista dagli obiettivi formativi complessivi del corso di laurea.

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - lezione introduttiva al corso

2 - i big data

3 - le analisi sui big data

4 - tra big data e digital marketing

5 - dalle analisi qualitative alle analisi quantitative: il marketing digitale

6 - antropologia digitale

7 - e-partecipation

8 - e-partecipation e pubblica amministrazione

9 - la sharing economy e i social media

10 - le applicazioni mobili: dal management allo studio di caso

11 - smart city e sostenibilita'

12 - dal marketing tradizionale al marketing digitale

13 - il buy cycle

14 - digital strategy: che cos'e' e a cosa serve

15 - il piano editoriale per la digital strategy

16 - i punti di debolezza della digital strategy

17 - i punti di forza della digital strategy

18 - la metodologia boar2rd

19 - esempi di digital strategy

20 - il piano strategico: marketing e comunicazione

21 - il percorso ciclico

22 - le cinque w

23 - mobile marketing

24 - il content marketing

25 - la costruzione dei contenuti

26 - il modello personas

27 - la pubblicizzazione dei contenuti

28 - lo storytelling

29 - visual storytelling e instagram

30 - content strategy e instagram

31 - biografie e instagram

32 - engagement e instagram

33 - il marketing 4.0

34 - instagram: cos'e', quando nasce e perche'

35 - le strategie per l'influencer marketing

36 - perche' fare l'influencer?

37 - diventiamo influencer: piano editoriale

38 - brevi cenni legislativi con riferimento a instagram

39 - l'utilizzo dei video e delle fotografie

40 - il social media marketing per il turismo

41 - il turismo 2.0

42 - meta o viaggio 2.0

43 - il digital marketing turistico integrato

44 - la comunicazione 2.0 nel turismo

45 - lo storytelling nel turismo 2.0

46 - il content marketing per il turismo 2.0

47 - i blogger

48 - le recensioni

49 - web marketing e e-mail marketing

50 - viral marketing nel turismo 2.0

51 - social marketing strategy nel turismo 2.0

52 - l'informazione e l'accoglienza turistica 2.0

53 - la community nel turismo 2.0

54 - il mobile nel turismo

TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ DIDATTICHE PREVISTE E RELATIVE MODALITÀ DI SVOLGIMENTO

/**/
Ogni Macro-argomento è articolato in 15-17 videolezioni da 30 min. corredate da dispense, slide e test di apprendimento.

Per ogni insegnamento sono previste sino a 6 videolezioni (n.1 CFU) di didattica innovativa secondo modalità definite dal docente di riferimento.

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche necessarie ad esercitare il ragionamento matematico, anche in una prospettiva interdisciplinare, a vantaggio di una visione del diritto non meramente statica e razionale, bensì quale espressione della società e della sua incessante evoluzione.

Il modello didattico adottato prevede sia didattica erogativa (DE) sia didattica interattiva (DI):

La didattica erogativa (DE) prevede l'erogazione in modalità asincrona delle videolezioni, delle dispense, dei test di autovalutazioni predisposti dai docenti titolari dell'insegnamento; la metodologia di insegnamento avviene in teledidattica. La didattica interattiva (DI) comprende il complesso degli interventi didattici interattivi, predisposti dal docente o dal tutor in piattaforma, utili a sviluppare l'apprendimento online con modalità attive e partecipative ed è basata sull'interazione dei discenti con i docenti, attraverso la partecipazione ad attività didattiche online.
Sono previsti interventi brevi effettuati dai corsisti (ad esempio in ambienti di discussione o di collaborazione, in forum, blog, wiki), e-tivity strutturate (individuali o collaborative), sotto forma tipicamente di produzioni di elaborati o esercitazioni online e la partecipazione a web conference interattive.

Nelle suddette attività convergono molteplici strumenti didattici, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. La partecipazione attiva alle suddette attività ha come obiettivo quello di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico e garantisce loro la possibilità di ottenere una valutazione aggiuntiva che si sommerà alla valutazione dell'esame finale.

Per le attività di autoapprendimento sono previste 162 ore di studio individuale.

L'Ateneo prevede 7 h per ogni CFU articolate in 6 h di didattica erogativa (DE) e 1 h di didattica interattiva (DI).

Nel computo delle ore della DI sono escluse le interazioni a carattere orientativo sui programmi, sul cds, sull'uso della piattaforma e simili, che rientrano un semplice tutoraggio di orientamento. Sono altresì escluse le ore di tutorato didattico disciplinare, cioè la mera ripetizione di contenuti già proposti nella forma erogativa attraverso colloqui di recupero o approfondimento one-to-one.

MODALITÀ E CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

/**/

La partecipazione alla didattica interattiva (DI) ha la finalità, tra le altre, di valutare lo studente durante l'apprendimento in itinere.

L'esame finale può essere sostenuto in forma scritta o in forma orale; lo studente può individuare, in autonomia, la modalità di svolgimento della prova, sempre rispettando la calendarizzazione predisposta dall'Ateneo.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula almeno tre domande.

L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test a risposta multipla con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia i quesiti in forma orale che i quesiti in forma scritta sono formulati per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di sviluppare il ragionamento utilizzando le nozioni acquisite. I quesiti 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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

CRITERI DI MISURAZIONE DELL'APPRENDIMENTO E ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

/**/
Sia lo svolgimento dell'elaborato, sia la presenza attiva durante le web conference prevedono un giudizio, da parte del docente, fino a un massimo di 2 punti. Lo studente può prendere parte ad entrambe le attività ma la votazione massima raggiungibile è sempre di 2 punti.

La valutazione proveniente dallo sviluppo dell'elaborato può essere pari a 0, 1 o 2 punti.

La valutazione derivante dalle web conference è strutturata tramite lo svolgimento, al termine della stessa, di un test finale a risposta multipla che può garantire da 0 a 1 punto.

È data facoltà allo studente di partecipare o meno alla didattica interattiva.

La valutazione finale ha lo scopo di misurare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento definiti alla base dell'insegnamento. Il giudizio riguarda l'intero percorso formativo del singolo insegnamento ed è di tipo sommativo.
Il voto finale dell'esame di profitto tiene conto del punteggio che lo studente può aver ottenuto partecipando correttamente alla didattica interattiva e deriva, quindi, dalla somma delle due valutazioni. Il voto derivante dalla didattica interattiva verrà sommato al voto dell'esame se quest'ultimo sarà pari o superiore a diciotto trentesimi.
Il voto finale è espresso in trentesimi. Il voto minimo utile al superamento della prova è di diciotto trentesimi.

Ciascun test dovrà essere composto da 31 domande, così da garantire la possibilità di conseguire la lode, in ottemperanza alle norme Europee sul Diploma Supplement. L'attribuzione della lode è concessa esclusivamente allo studente che ha risposto positivamente alle prime 30 domande.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/
è 54 Videolezioni + 54 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI) ED E-TIVITY CON RELATIVO FEED-BACK AL SINGOLO STUDENTE DA PARTE DEL DOCENTE O DEL TUTOR

/**/
è Redazione di un elaborato

è Partecipazione a web conference
è Svolgimento delle prove in itinere con feedback
è Svolgimento della simulazione del test finale
Totale 9 ore

MATERIALE DIDATTICO UTILIZZATO

/**/
è Videolezioni

è Dispense predisposte dal docente e/o slide del docente

è Testo di riferimento suggerito dal docente (facoltativo)

Il materiale didattico è sempre disponibile in piattaforma e consultabile dallo studente nei tempi e nelle modalità ad egli più affini.