

PROGRAMMA DEL CORSO DI SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

SETTORE SCIENTIFICO

SPS/08

CFU

12

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

/**/

SPS/08

ANNO DI CORSO

/**/

I Anno

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA

/**/

Base X

Caratterizzante q

Affine q

Altre attività q

NUMERO DI CREDITI

/**/

12 CFU

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.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI

***/*
Il corso intende fornire un inquadramento teorico complessivo sulla sociologia della comunicazione, a partire dagli autori classici che hanno definito il concetto di modernità, fino alle concettualizzazioni più avanzate relative ai media digitali. Un obiettivo ulteriore è quello di offrire strumenti teorici, ma anche di tipo applicativo, che possano essere utili per l'analisi sociocomunicativa della società contemporanea in quanto società complessa. Verranno inoltre fornite conoscenze di base sulle principali teorie dei media della comunicazione con un approfondimento sulla realtà dei social media, sul mondo dell'informazione e con un particolare interesse per l'informazione culturale, temi fondamentali per una visione ampia e articolata della realtà comunicativa contemporanea, essenziale per i futuri professionisti della comunicazione. Un tema di approfondimento sarà la comunicazione politica e il ruolo che svolgono i media digitali tra narrazione, storytelling e data journalism e il loro rapporto con i media mainstream.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI

***/*
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 della relazione tra nuove tecnologie medial e società 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

Gli studenti avranno la possibilità, attraverso l'esposizione del materiale didattico e le lezioni, di argomentare utilizzando un linguaggio appropriato coerentemente con le lezioni erogate.

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.

PROGRAMMA DIDATTICO

/**/

- 1 - La comunicazione interpersonale
- 2 - La comunicazione di massa
- 3 - La nascita dei mezzi di comunicazione di massa
- 4 - Introduzione alle teorie dei media
- 5 - La teoria ipodermica
- 6 - L'approccio della persuasione
- 7 - L'approccio degli effetti limitati
- 8 - Il funzionalismo e l'approccio: usi e gratificazioni
- 9 - Teoria critica e teoria culturologica
- 10 - I Cultural Studies
- 11 - Le teorie comunicative
- 12 - La spirale del silenzio
- 13 - La teoria della coltivazione
- 14 - La teoria dell'agenda setting
- 15 - Limiti e integrazioni dell'agenda setting
- 16 - Il newsmaking
- 17 - Modernità e comunicazione
- 18 - La Rete: origini e fasi di sviluppo
- 19 - La dimensione macro della Rete: la teoria della network society
- 20 - La dimensione macro della Rete: lavoro e potere

- 21 - La dimensione micro della Rete: relazioni e vita quotidiana
- 22 - La Rete e il capitale sociale
- 23 - Gli usi sociali del Web
- 24 - Problemi aperti e questioni etiche della Rete
- 25 - I divari digitali
- 26 - Il digitale in Italia
- 27 - I nuovi linguaggi della televisione
- 28 - La radio nell'era digitale
- 29 - Media e minori
- 30 - Generazioni Always On
- 31 - Promuovere le competenze digitali dei minori
- 32 - Giornalismo e media digitali
- 33 - Il citizen journalism
- 34 - Il brand journalism
- 35 - L'hate speech
- 36 - Fake news e disinformazione
- 37 - Iniziative e strumenti di contrasto alla disinformazione
- 38 - I concetti della sociologia: società, sfera pubblica e opinione pubblica
- 39 - Sociologia della politica e comunicazione politica
- 40 - La disintermediazione nella società contemporanea fra mainstream e social network
- 41 - Personalizzazione e disintermediazione nella comunicazione politica
- 42 - Il potere dell'algoritmo e la comunicazione politica e sociale
- 43 - Lo spazio della politica nell'informazione digitale
- 44 - Big data e predictive analytics
- 45 - Going public e fast politics
- 46 - Cambiamenti delle culture politiche e comunicazione digitale
- 47 - Il ruolo dei social media nella narrazione politica
- 48 - La social media politics
- 49 - La leadership e la comunicazione
- 50 - Comunicazione sociale e media

- 51 - Immaginari della politica. La serialità televisiva
- 52 - Le categorie del marketing politico
- 53 - Il campaigning elettorale e la campagna permanente
- 54 - Il pubblico, le narrazioni, la serialità in tv
- 55 - I talk politici e le differenze tra radio e tv
- 56 - Immaginari della politica. Videogiochi e gamification
- 57 - Dalla spirale del silenzio al framing e al clima d'opinione
- 58 - L'opinione pubblica nell'età della digitalizzazione
- 59 - Lo storytelling e la politica narrativa
- 60 - Cultura, media e consumo
- 61 - La mappa dei consumi culturali in Europa
- 62 - I festival culturali
- 63 - Il marketing culturale
- 64 - Media tradizionali e media digitali per il marketing culturale
- 65 - Le strategie di comunicazione e marketing culturale
- 66 - Il consumo sostenibile e responsabile
- 67 - Gli eventi dedicati alla sostenibilità
- 68 - Il Food tra cultura e comunicazione
- 69 - Case history sul mondo del Food: trend di consumo e made in Italy nel settore enogastronomico
- 70 - Case history: il design industriale italiano
- 71 - Case history: Communication, fashion and food
- 72 - Case history: Il turismo sostenibile

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 216 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 in 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)

è72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione

Impegno totale stimato: 72 ore

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

èRedazione di un elaborato

è Partecipazione a web conference

èSvolgimento delle prove in itinere con feedback

èSvolgimento della simulazione del test finale

Totale 12 ore

MATERIALE DIDATTICO UTILIZZATO

èVideolezioni

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.