

PIANO DI STUDI

LM-59 – COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING

Coorte 2022/2023

Data di Emissione: 21 FEBBRAIO 2022

Sommario

Presentazione	3
Tabella Piano di Studio.....	5
Schede didattiche dei singoli insegnamenti.....	6

**I PROGRAMMI DIDATTICI (MODULI) DI CIASCUN INSEGNAMENTO
SARANNO SUSCETTIBILI DI MODIFICHE DOVUTE A EVENTAULI
FUTURE INTEGRAZIONI DEI COMITATI D'INDIRIZZO.**

Presentazione

Il Corso di Studio in breve

Il corso di laurea in COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING ha come scopo principale la formazione di specialisti nel coordinamento dei processi di innovazione che coinvolgono la comunicazione interna ed esterna d'impresa e nella gestione delle campagne di marketing, anche mediante le nuove tecnologie multimediali, con una particolare attenzione alle strategie e alle tecniche digitali e social.

Il corso si propone di fornire conoscenze e competenze nei settori della comunicazione digitale e multicanale, dell'organizzazione e promozione di eventi, della responsabilità sociale d'impresa, del marketing e del web marketing, dell'economia e delle strategie aziendali, della progettazione e gestione in ambiti specifici (brand, eventi, sponsorship, fundraising, ecc.).

Il corso risponde alla necessità di formare professionisti capaci di produrre e gestire contenuti comunicativi veicolati con media digitali. Il Digital Communication Manager è un professionista specializzato nel coordinamento di gruppi professionali eterogenei in cui sono presenti tutte le competenze necessarie per la progettazione, l'implementazione e la gestione di prodotti comunicativi digitali; egli possiede, inoltre, una formazione multidisciplinare che integra linguaggi e modelli del mondo ICT con quelli della legislazione e della giurisprudenza del settore digitale, della creazione di contenuti redazionali dedicati, dell'analisi di mercato e dell'utilizzo di Big Data.

I laureati in Comunicazione Digitale e Marketing possono lavorare in aziende e altre organizzazioni (non profit, Ong, istituzioni pubbliche o politiche), in agenzie di comunicazione o come liberi professionisti.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il corso di laurea magistrale COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING ha quale obiettivo formativo principale formare negli studenti adeguate conoscenze scientifiche, consapevolezza critica e competenze tecnico-specialistiche per l'analisi, la gestione e la valutazione di tutti i fenomeni comunicativi che fanno uso diretto e indiretto di strumenti digitali.

Il percorso didattico proposto è inteso a formare:

- a) specifiche competenze come la gestione tecnica delle tecnologie digitali, la progettazione di modelli tecnici cross-mediali adatti alla comunicazione digitale persuasiva e la gestione delle architetture software per il management consapevole di algoritmi di ottimizzazione SEO e SEM;

- b) specifiche competenze necessarie a progettare, implementare e analizzare strumenti digitali per la ricerca nei campi delle scienze sociali, politologiche ed economiche;
- c) specifiche competenze tecniche coniugate con la necessità di sviluppare negli studenti una grande sensibilità innovativa e una forte tensione creativa;
- d) specifiche competenze sia di tipo linguistico, sia di tipo tecnico per la gestione normativa dei processi comunicativi nell'ambito digitale;
- e) specifiche competenze dell'area psicologica per comprendere la struttura e il funzionamento delle organizzazioni, con particolare riferimento all'utilizzo di piattaforme digitali per la cooperazione intra e inter organizzativa.

Questi obiettivi formativi sono declinati in un'ottica marcatamente multi-disciplinare che, oltre alle competenze di analisi e progettazione, consente di sviluppare la sensibilità critica necessaria a discutere e valutare le conseguenze etiche e le ricadute sociali di politiche comunicative che fanno uso dei media digitali.

Il piano di studi (120 CFU) è organizzato in cinque aree di apprendimento essenziali entro cui sono progettati i contenuti previsti negli obiettivi formativi sopra enunciati.

Le cinque aree individuate sono le seguenti:

- a) Area ingegneristica per la quale sono previsti insegnamenti che consentano di declinare contenuti didattici su:
 - ecosistemi digitali integrati
 - tecnologie di ottimizzazione di piattaforme WEB e Social Media (SEO e SEM)
- b) Area metodologica all'interno della quale gli studenti svilupperanno conoscenze specifiche atte a governare strumenti digitali tipici della ricerca sociale, economica e di mercato come:
 - modelli di analisi statistica dei dati complessi;
 - modelli di analisi dei processi marketing legati alla società dei consumi;
- c) Area produzione contenuti in cui sono raccolti insegnamenti di:
 - teoria della comunicazione;
 - digital marketing con particolare attenzione alle sue declinazioni non solo per il mondo imprenditoriale, ma anche per quello pubblico;
 - strumenti di comunicazione narrativa applicati al mondo digitale e ai linguaggi intermediari;
- d) Area giuridica che consentirà la costruzione di competenze specifiche nei seguenti ambiti:
 - diritto dell'informazione (diritto di critica, di cronaca, di satira) ed equilibri costituzionali;
 - responsabilità giuridica nell'esercizio dell'attività di comunicazione;
 - diritto dei mezzi di comunicazione, di internet e dei social media;
 - protezione dei dati personali;
 - proprietà intellettuale nella comunicazione digitale;
- e) Area psicologica in cui saranno sviluppate competenze di:

- comunicazione e gestione di gruppi e community;
- modelli psicologici di persuasione;

Il percorso formativo prevede durante il primo anno l'acquisizione delle competenze fondamentali di tipo psicologico, giuridico, sociologico e di utilizzo della rete; della creazione di linguaggi specifici della comunicazione multimediale; ai modelli manageriali emergenti per la gestione della comunicazione, che prevede il ricorso a linguaggi e contenuti innovativi. Il secondo anno è dedicato all'approfondimento di competenze professionalizzanti relative ai modelli di consumo, agli strumenti statistici ed economici, con l'obiettivo di costruire capacità analitiche fondamentali nelle campagne di marketing di una organizzazione con particolare attenzione agli strumenti e i canali propri dell'era digitale.

L'attività didattica sarà organizzata con lezioni frontali sempre integrate con la didattica interattiva. I risultati di apprendimento saranno verificati con prove scritte e/o orali, affiancati dalla valutazione di elaborati realizzati individualmente e dall'analisi di casi di studio.

Tabella Piano di Studio

ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU
ANNO 1	CARATTERIZZANTI	IUS/01	Diritto dei media digitali	9
	CARATTERIZZANTI	SPS/08	Cambiamento sociale e media digitali	9
	CARATTERIZZANTI	ING-INF/05	Social media e comunicazione multimediale	12
	CARATTERIZZANTI	M-PSI/05	Psicologia sociale e della comunicazione	6
	AFFINI	L-ART/06	Spettacolo e artefatti digitali	9
	AFFINI	M-PSI/07	Psicologia dei gruppi e delle communities	9
	ALTRE ATTIVITA'	Abilità informatiche e telematiche		6
ANNO 2	CARATTERIZZANTI	SECS-P/08	Marketing digitale	9
	CARATTERIZZANTI	SECS-S/03	Statistica per le analisi economiche e aziendali	6
	CARATTERIZZANTI	SPS/08	Sociologia della cultura e dei media	9
	ALTRE ATTIVITA'	A scelta dello studente		12
	ALTRE ATTIVITA'	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		6
	ALTRE ATTIVITA'	Tesi		18
TOTALE				120

Schede didattiche dei singoli insegnamenti

Facoltà di Economia

Denominazione Corso di Laurea “Comunicazione Digitale e Marketing” – Classe LM-59

Il percorso di formazione complessivo è stato progettato sulla base dei requisiti previsti dal SUA-CdS.

La progettazione didattica di dettaglio dei singoli insegnamenti avviene, da parte dei docenti sotto la supervisione del coordinatore del Corso di Laurea, attraverso compilazione delle schede di progettazione. Gli insegnamenti a scelta vengono pianificati ogni entro giugno dell’anno solare di inizio dell’attività accademica.

Di seguito si presentano le schede di progettazione didattica dei singoli corsi per ordine di anno accademico

Denominazione insegnamento	DIRITTO DEI MEDIA DIGITALI
Settore disciplinare	IUS/01
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

L'insegnamento si prefigge lo scopo di fornire allo studente sia una panoramica degli argomenti connessi alla tematica del legame tra diritto e media, con enfasi sul diritto privato e sulle norme che regolamentano il sistema dell'informazione nelle sue varie declinazioni, sia l'obiettivo di attrezzare lo studente per affrontare le implicazioni giuridiche che discendono da alcuni temi fondamentali, quali il rapporto tra democrazia e digitalizzazione e tra quest'ultima e la privacy, la semplificazione e la razionalizzazione dell'attività attraverso i big data e il modo di concepire i servizi digitali alla luce del principio del digital first.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà conoscenze circa il rapporto tra diritto e nuove tecnologie con specifico riferimento al settore della comunicazione digitale, avrà acquisito piena consapevolezza delle più significative implicazioni giuridiche connesse alla creazione, rielaborazione e diffusione di contenuti in formato digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

A termine del corso, lo studente avrà acquisito la capacità di analizzare infrastrutture, strumenti e casi della comunicazione in ambiente web dal punto di vista giuridico, di individuare i soggetti coinvolti e i corpi normativi e regolatori rilevanti.

Autonomia di giudizio

Lo studente sarà in grado di formulare un giudizio autonomo circa le strategie di approccio alla gestione dei problemi giuridici connessi all'uso di strumenti e piattaforme di informazione e comunicazione sul web, anche evidenziando i livelli di responsabilità attivabili e le alternative disponibili.

Abilità comunicative

Durante il corso, lo studente avrà sperimentato e testato alcune modalità espressive, che consentiranno loro di gestire in autonomia la comunicazione sugli argomenti e le problematiche proprie del corso.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non approfonditi durante le lezioni.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. L'infrastruttura fisica e logica dei media digitali e le ricadute sul piano giuridico. Il governo della rete internet: attori, regole, procedure. La Net Neutrality, concorrenza e regolazione. La garanzia giuridica dell'accesso alla rete. (lezioni previste n. 9)
2. La libertà di informazione ed i suoi limiti nell'era di internet. La libertà di informare: l'ambiente digitale comporta limiti diversi? La libertà di essere informati: che ne è del pluralismo? I tentativi di regolamentare la cd. disinformation. (lezioni previste n. 9)
3. L'articolazione delle responsabilità in rete e la centralità degli Internet service provider. La rilevanza dell'infrastruttura logica e tecnologica nel sistema di articolazione delle responsabilità. (lezioni previste n. 9)
4. Modelli di disciplina: USA e UE. La disciplina italiana di recepimento: articolazione della responsabilità e applicazioni giurisprudenziali. La regolamentazione della responsabilità degli utenti da parte delle piattaforme di socialnetworking. (lezioni previste n. 9)
5. Identità, riservatezza e tutela dei dati personali in rete. L'anonimato e la rete: c'è un diritto a restare nascosti? La gestione massiva dei dati personali: cronache di una disputa transatlantica. La rete dimentica? Oblio ed erasure al tempo di Google. Big data, algoritmi ed intelligenza artificiale, i rischi per la tutela della riservatezza (ma non solo) (lezioni previste n. 9)
6. Informazione e giornalismo nel web. La disciplina della stampa nell'ecosistema digitale. La (problematica) nozione di "act of journalism" nell'ambiente digitale (lezioni previste n. 9)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ 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.

Denominazione insegnamento	CAMBIAMENTO SOCIALE E MEDIA DIGITALI
Settore disciplinare	SPS/08
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di fornire gli strumenti teorici e metodologici per interpretare lo scenario mediale contemporaneo, caratterizzato dall'affermazione della cultura convergente, delle pratiche partecipative e dalle nuove forme di connettività sociale (social media e transmedia). Il corso inoltre intende fornire strumenti teorici e metodologici per analizzare le implicazioni educative dei media digitali, nei contesti formali e informali.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà la conoscenza, in una prospettiva sociologica, del nuovo contesto digitale anche con attenzione al cambiamento dei processi di educazione/socializzazione e della costruzione delle identità individuali e collettive.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di applicare le proprie conoscenze, utilizzando approcci metodologici adeguati e aggiornati per l'analisi degli ambienti e dei prodotti dei media digitali, anche in contesti educativi e formativi.

Autonomia di giudizio

Lo studente avrà acquisito capacità di riflessione critica sulla relazione tra tecnologie digitali, educazione e società.

Abilità comunicative

Lo studente avrà sviluppato capacità di tipo comunicativo, socio-relazionale e progettuale che consentano di lavorare sia individualmente, sia in gruppo e di comunicare in modo adeguato e convincente le nozioni e le idee, acquisite ed elaborate in modo originale.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di implementare continuamente il proprio patrimonio di conoscenze rendendolo spendibile nell'ambito lavorativo e professionale in genere.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. Definizione e caratteristiche dei media digitali. (lezioni previste n. 6)
2. Evoluzione degli approcci teorici sui media digitali. (lezioni previste n. 6)
3. La network society. (lezioni previste n. 6)
4. I social media, le culture partecipative, la transmedialità. (lezioni previste n. 6)
5. Temi classici e temi emergenti: es. il mito dei nativi digitali, il fenomeno dei Big data e altri. (lezioni previste n. 6)
6. Media digitali e processi educativi (formali e informali): transmedia skills e informal learning strategies. (lezioni previste n. 6)
7. Approcci metodologici per l'analisi dei media digitali. (lezioni previste n. 6)
8. Influenze dei media digitali sulla Società. (lezioni previste n. 6)
9. Esempi applicativi. (lezioni previste n. 6)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ 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.

Denominazione insegnamento	SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE
Settore disciplinare	ING-INF/05
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso ha lo scopo di fornire allo studente le conoscenze relative agli strumenti ed alle tecnologie che sono alla base dei social media e delle comunicazioni multimediali, con particolare attenzione ai nuovi media multimediali sviluppati all'interno della piattaforma di comunicazione Web 2.0. Al termine del corso lo studente possiederà le competenze necessarie alla realizzazione, produzione ed utilizzo di nuovi media basati su comunicazioni multimediali della piattaforma di comunicazione Web 2.0.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà conoscenze circa i principali strumenti e le principali tecnologie alla base dei nuovi sistemi di comunicazione incentrati su tecnologie Web 2.0 ed alla base delle comunicazioni basate su tecnologie multimediali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente saprà applicare le conoscenze acquisite durante il corso circa gli aspetti teorici e pratici delle tecnologie Web 2.0, prerequisito essenziale per la gestione ed eventuale progettazione di nuovi media.

Autonomia di giudizio

Lo studente sarà in grado di valutare autonomamente vantaggi e svantaggi relativi all'utilizzo dei nuovi media e delle comunicazioni multimediali.

Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di sfruttare le capacità comunicative offerte dalle tecnologie Web 2.0 e di creare materiale audiovisivo utilizzando applicazioni di videoediting.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di acquisire competenze informatiche tali da consentire loro la gestione delle comunicazioni basate su nuovi media e su tecnologie multimediali.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. Nuovi Media Digitali (lezioni previste n. 6)
2. Web 2.0 ed Internet (lezioni previste n. 6)
3. La collaborazione tra gli utenti (lezioni previste n. 6)
4. Intrattenimento e Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
5. Informazione e Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
6. Enterprise 2.0 (lezioni previste n. 6)
7. Economia e Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
8. Privacy nel mondo Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
9. Politica e Democrazia Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
10. Relazioni personali e Società 2.0 (lezioni previste n. 6)
11. La minaccia Web 2.0 (lezioni previste n. 6)
12. Comunicazioni Multimediali (lezioni previste n. 6)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

<p>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</p>	<p>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.</p>
<p>Attività di didattica erogativa (DE)</p>	<p>→ 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore.</p>
<p>Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor</p>	<p>→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 12 ore.</p>
<p>Attività di autoapprendimento</p>	<p>→ 216 ore per lo studio individuale.</p>
<p>Libro di riferimento</p>	<p>→ Dispense del docente.</p>

Denominazione insegnamento	PSICOLOGIA SOCIALE E DELLA COMUNICAZIONE
Settore disciplinare	M-PSI/05
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi
Numero di crediti	6
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si pone l'obiettivo di orientare lo studente nello studio dei processi psico-sociali di tipo interpretativo, simbolico, espressivo e relazionali nei quali gli esseri umani sono immersi e di cui la comunicazione costituisce l'esito fondamentale. Intende implementare le conoscenze e le abilità degli studenti attraverso l'acquisizione di conoscenze e capacità relative alle dimensioni psicologico-sociali della comunicazione. Nello specifico, viene analizzato anche il ruolo della comunicazione, verbale e non verbale, e l'influenza che questa ha all'interno della società.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà conoscenze specifiche sui fondamenti socio-cognitivi dell'interazione tra individuo e ambiente sociale, i principali contributi teorici circa la cognizione sociale e gli elementi basilari delle metodologie per la ricerca psico-sociale. Lo studente svilupperà una comprensione delle caratteristiche dell'approccio sperimentale allo studio dei fenomeni psico-sociali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di sviluppare competenze nel campo dei metodi di ricerca sperimentale, nonché competenze relativamente alla precisione e pertinenza del linguaggio psicosociale, competenze di analisi dei fenomeni psicosociali e dei bias cognitivi che caratterizzano la cognizione sociale. Inoltre sarà in grado di distinguere i processi socio-cognitivi in azione nella propria ed altrui interazione con l'ambiente sociale.

Autonomia di giudizio

Lo studente sarà in grado di effettuare autonomamente una analisi critica dei modelli e delle teorie.

Abilità comunicative

Lo studente saprà applicare i principali modelli teorici nell'ambito della comunicazione a temi di rilevanza sociale.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di riconoscere il ruolo di variabili sociali nei processi di comunicazione in contesti quotidiani e ipotizzare strategie di analisi e intervento.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. LA COSTRUZIONE DEL MONDO SOCIALE - IL SENSO COMUNE (lezioni previste n. 12)

La cognizione sociale Percezione sociale e attribuzione. La conoscenza di sé. Il bisogno di giustificare le nostre azioni. Le rappresentazioni sociali. Gli atteggiamenti: struttura, misurazione, funzioni, formazione e strategie di cambiamento. I pregiudizi.

2. EMOZIONI, COMUNICAZIONE E INTERAZIONE SOCIALE (lezioni previste n. 12)

Le emozioni. Linguaggio e comunicazione. La comunicazione interpersonale.

3. COMUNICAZIONE, INTERAZIONE, IDENTITÀ E NUOVI MEDIA (lezioni previste n. 12)

Nuovi media e cambiamento Nuovi media, azione e corporeità: quando il medium diventa trasparente Nuovi media e presenza: essere in un mondo reale e virtuale Nuovi media e identità: chi sono io nei nuovi media? Nuovi media e relazioni: interagire nelle reti sociali virtuali Selfie. Narcisismo e identità

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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)	→ 36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 36 ore
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 6 ore
Attività di autoapprendimento	→ 108 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Dispense del docente.

Denominazione insegnamento	SPETTACOLO E ARTEFATTI DIGITALI
Settore disciplinare	L-ART/06
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Attività formative affini o integrative
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

L'obiettivo formativo del corso è di offrire allo studente, da un lato, le conoscenze e le competenze per un approccio consapevole al tema della conservazione, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale effimero, nel quale figurano tutte le forme espressive e materiali delle arti dello spettacolo. E, dall'altro, di fornirgli gli strumenti e le competenze di base per comprendere l'impatto che le nuove tecnologie digitali hanno all'interno delle arti dello spettacolo, con particolare attenzione alla creazione di artefatti digitali in 2D, 3D, e 4D.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito conoscenze e competenze sull'uso degli artefatti digitali all'interno di uno spettacolo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di analizzare l'ontologia alla base delle nuove tecnologie applicate allo spettacolo, comprendendo le modalità e le metodologie che hanno dato origine all'idea di artefatto digitale per individuarne punti di forza e criticità.

Autonomia di giudizio

Gli strumenti metodologici adottati nello svolgimento del corso svilupperanno nello studente una buona autonomia di giudizio critico, nei limiti delle sue conoscenze e competenze.

Abilità comunicative

Lo studente saprà presentare gli argomenti svolti nel corso con rigore formale e completezza.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non approfonditi durante le lezioni.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. Panoramica storica sull'introduzione delle tecnologie e degli artefatti digitali nella produzione teatrale, elementi di base sulla teoria e la pratica della produzione artistica digitale, attraverso il mondo delle arti digitali ed i meccanismi tecnico-materiali. (lezioni previste n. 27)
2. Esempi pratici di regia digitale ed artefatti digitali, attraverso le contaminazioni tra la scena teatrale, cinematografica e video artistica. (lezioni previste n. 27)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	➔ 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.

Denominazione insegnamento	PSICOLOGIA DEI GRUPPI E DELLE COMMUNITIES
Settore disciplinare	M-PSI/07
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine X Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Attività formative affini o integrative
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso persegue la finalità principale di fornire una conoscenza teorico-pratica relativa ai gruppi come oggetto di indagine e strumento privilegiato di ricerca e intervento all'interno delle communities. La prima parte del corso prenderà in esame le principali prospettive teoriche che hanno approfondito il tema del gruppo, dei processi e delle dinamiche che lo caratterizzano; la seconda parte del corso, in un'ottica maggiormente orientata all'intervento, approfondirà l'analisi del gruppo come strumento pratico per il lavoro sociale nei contesti comunitari.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà una solida conoscenza del gruppo come strumento d'intervento in relazione a specifici obiettivi e a differenti setting di comunità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente acquisirà specifiche abilità di base per la gestione di un gruppo con particolare riferimento ad alcune sue specifiche articolazioni (es. focus group).

Autonomia di giudizio

Lo studente acquisirà, al termine del corso, le competenze teorico-pratiche per riconoscere, comprendere e valutare le dinamiche di gruppo ed intervenire su di esse, in particolar modo all'interno di situazioni di conflitto quanto mai diffuse nel quotidiano, ma altrettanto complesse da interpretare e gestire.

Abilità comunicative

Lo studente saprà presentare gli argomenti svolti nel corso con rigore formale e completezza.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non approfonditi durante le lezioni.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. Il gruppo come oggetto di studio: inquadramento teorico. (lezioni previste n. 9)
2. La prospettiva psicosociale: il contributo di Kurt Lewin. (lezioni previste n. 9)
3. Gruppo e Communities: similarità e differenze. (lezioni previste n. 9)
4. I processi di gruppo e le dinamiche inter-gruppi: relazioni interculturali e processi di acculturazione. (lezioni previste n. 9)
5. Forme e tipologie di gruppi per l'articolazione degli interventi nei setting di comunità (es. comunità territoriale, gruppo virtuale, scuola, etc.). (lezioni previste n. 9)
6. Il gruppo come strumento di ricerca e intervento: i focus group (lezioni previste n. 9)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ 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.

Denominazione insegnamento	MARKETING DIGITALE
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	II Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

L'obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione del marketing dell'impresa al fine di comprendere la sua funzione nei mercati, anche alla luce delle sfide portate dalla rivoluzione digitale. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie ad avviare un processo decisionale, capace di rispondere a tali sfide, valutando scelte di natura strategica ed operativa. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze necessarie all'analisi della concorrenza in un'ottica allargata a tutto l'ambiente competitivo; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze relativamente alla funzione di marketing, considerando un modello di business fortemente condizionato dall'innovazione digitale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà le conoscenze utili per comprendere il rapporto tra il sistema impresa e l'ambiente competitivo, al fine di individuare la formula imprenditoriale in grado di operare con successo nei mercati di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi del piano di marketing, studio di matrici strategiche, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di base acquisite, in mercati sempre più complessi anche alla luce delle innovazioni introdotte dalla "rivoluzione digitale".

Autonomia di giudizio

Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager intende prendere per competere con successo nel mercato e per soddisfare la domanda.

Abilità comunicative

L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non approfonditi durante le lezioni.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. MARKETING INTELLIGENCE IN RETE (lezioni previste n. 22)

- Introduzione: la sfida della Digital Economy ed i modelli di business emergenti
- Marketing e Marketing management in Rete: problemi ed opportunità d'integrazione
- Analisi della domanda e del comportamento del consumatore
- Concorrenza e analisi competitiva (tra prodotti e piattaforme)
- Segmentazione del mercato, definizione dei mercati obiettivo e posizionamento in Rete

2. POLITICHE DI MARKETING IN RETE (lezioni previste n. 22)

- Le politiche di mercato dell'impresa: il marketing mix e i nuovi processi operativi del marketing in Rete (contenuti del sito, e-commerce, community)
- Brand, politiche di prodotto (versioning), collaborative innovation e comunità virtuali
- La politica di distribuzione: e-commerce e canali tradizionali
- Le decisioni di prezzo e il pricing nei mercati digitali
- Le politiche di comunicazione integrata: media digitali e media tradizionali. La comunicazione attraverso i motori di ricerca e il social media marketing
- Il Web marketing e il Consumer relationship management
- Il piano di marketing e le valutazioni economiche

3. LA COMUNICAZIONE SUI TOUCHPOINT DIGITALI (lezioni previste n. 10)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	<ul style="list-style-type: none"> → 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.

Denominazione insegnamento	STATISTICA PER LE ANALISI ECONOMICHE E AZIENDALI
Settore disciplinare	SECS-S/03
Anno di corso	II Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa
Numero di crediti	6
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di ampliare la conoscenza degli strumenti statistici utilizzati per la raccolta, l'organizzazione e l'analisi dei dati a supporto delle decisioni in ambito economico-aziendale e finanziario, assunte spesso in condizioni di incertezza, nonché di fornire soluzioni interpretative di casi pratici (analisi di bilancio, studi di settore, revisione contabile).

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà conoscenze specifiche sulla attendibilità dei dati statistici e sulla sua individuazione, raccolta, trasporto, acquisizione e conservazione ai fini delle analisi economiche ed aziendali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di individuare la tecnica di analisi più opportuna in relazione al problema da affrontare, di modellizzare e prospettare soluzioni, interpretarne i risultati e supportare operativamente i processi decisionali.

Autonomia di giudizio

Lo studente sarà in grado di valutare la rilevanza di elementi connessi alla statistica per le analisi economiche e digitali.

Abilità comunicative

Lo studente saprà presentare gli argomenti svolti nel corso con rigore formale e completezza.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non svolti in classe.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. STUDIO DELLE RELAZIONI TRA VARIABILI. Analisi dell'associazione tra due caratteri: Misure di associazione per caratteri quantitativi e qualitativi. Correlazione semplice e parziale. Modello di regressione lineare: Regressione lineare semplice e multivariata. Stima dei parametri del modello tramite il metodo dei minimi quadrati. Coefficienti di regressione parziale e loro interpretazione. Scomposizione della varianza. Coefficiente di determinazione modificato. Violazione delle ipotesi ed analisi dei residui. Inferenza sui parametri tramite test T e test F. Inferenza per la risposta media e la previsione. Variabili dummy. Elaborazioni di statistica descrittiva ed inferenziale con Excel. Il modello di regressione logistica. (lezioni previste n. 9)
2. DISPONIBILITÀ E PRODUZIONE DELLE INFORMAZIONI PER IL SUPPORTO ALLE DECISIONI. Fonti interne e sistemi informativi aziendali. Fonti esterne, pubbliche e private. Cenni sul Data mining e sue applicazioni per l'analisi dei Big data. La Market basket analysis. La Balanced Scorecard. Interpretazione dei dati riferiti ai fenomeni aziendali. Numeri indici semplici e complessi. Principali serie di numeri indici dei prezzi. Interpretazione degli indici sintetici e scomposizione delle variazioni nel tempo. I rapporti di rinnovo (turnover) e la mobilità delle unità nel collettivo. (lezioni previste n. 9)
3. L'ANALISI DELLE SERIE STORICHE PER LA PROGRAMMAZIONE DELLE ATTIVITÀ. Scomposizione delle serie storiche nelle varie componenti. Serie storiche stazionarie e non stazionarie. Metodi di stima mediante funzione analitica. Metodi di stima mediante medie mobili. Metodi previsivi. (lezioni previste n. 9)
4. ANALISI STATISTICA DEI DATI DI BILANCIO. Riclassificazione del bilancio di esercizio, indici di bilancio e schemi per la loro interpretazione. Benchmarking. Strumenti statistici per il controllo di gestione. Tecniche di analisi multidimensionale per valutare le prestazioni economico-finanziarie delle imprese: Analisi in componenti principali. Analisi dei gruppi. Analisi discriminante. Decision analysis e alberi di segmentazione binaria. Cenni alle reti neurali. (lezioni previste n. 9)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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)	→ 36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 36 ore
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 6 ore
Attività di autoapprendimento	→ 108 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Dispense del docente.

Denominazione insegnamento	SOCIOLOGIA DELLA CULTURA E DEI MEDIA
Settore disciplinare	SECS-P/08
Anno di corso	II Anno
Tipologia di attività formativa	Base <input type="checkbox"/> Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa
Numero di crediti	9
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso intende fornire allo studente una conoscenza approfondita dei quadri teorici di base della sociologia della cultura e dei media. A questa conoscenza si affianca la maturazione di competenze teoriche e metodologiche funzionali alla comprensione e all'analisi dei processi culturali della società contemporanea, con particolare attenzione alle dinamiche di emergenza e diffusione degli orientamenti valoriali e normativi di senso comune e alle diverse forme della produzione culturale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà gli strumenti di base per una lettura sociologica della complessità della società contemporanea, con una particolare attenzione ai mezzi di comunicazione e al loro ruolo nella globalizzazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito la capacità di esaminare le implicazioni culturali dei processi sociali e comunicativi con spirito critico e autonomia di giudizio.

Autonomia di giudizio

La conoscenza delle logiche e dei processi di produzione simbolica sarà funzionale alla capacità di analisi e progettazione di prodotti culturali nelle diverse fasi di ideazione, produzione e diffusione.

Abilità comunicative

L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di consultare la letteratura scientifica del settore per approfondire autonomamente gli argomenti del corso in relazione ad aspetti formali non approfonditi durante le lezioni.

Programma didattico (per macro aree + numero lezioni previste)

1. Nascita e sviluppo del concetto di cultura in sociologia. (lezioni previste n. 11)
2. Le dimensioni e i componenti della cultura, la sua relazione con la struttura sociale e le dinamiche di differenziazione, conservazione e cambiamento culturale. (lezioni previste n. 11)
3. Le varie forme della produzione culturale, sia sul versante delle industrie creative che su quello delle pratiche di elaborazione simbolica della vita quotidiana. (lezioni previste n. 11)
4. La sociologia dei media: La storia della Communication Research. Dalla concezione di pubblico come 'massa passiva', alla teoria di un 'ruolo attivo' dei diversi pubblici. (lezioni previste n. 11)
5. Rapporto tra media e socializzazione e sul ruolo dei media nell'educazione e nella vita delle diverse generazioni. (lezioni previste n. 10)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

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, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

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 autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore.
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feedback al singolo studente da parte del docente o del tutor	→ 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.