

|  |  |
| --- | --- |
| **Insegnamento** | Internet e social media |
| **Livello e corso di studio** | Laurea Triennale in Comunicazione Digitale e Social Media (triennale – classe L-20) |
| **Settore scientifico disciplinare (SSD)** | SPS/08 |
| **Anno di corso** | 2 |
| **Anno Accademico** | 2021-2022 |
| **Numero totale di crediti** | 9 |
| **Propedeuticità** | Sociologia della comunicazione |
| **Docente** | Marino D’Amore  |
| **Presentazione** | Il corso di “Internet e social media” ha lo scopo di fornire allo studente una buona conoscenza dei principali processi e fenomeni che la comunicazione tout court e l’avvento e la diffusione di Internet e dei social media hanno comportato nella società contemporanea. A tal fine il programma dell’insegnamento comprende lo studio dello sviluppo dei mezzi dei mass media e della rete Internet, con attenzione alle logiche di funzionamento, di socializzazione e dei processi di trasformazione digitale, secondo un approccio integrativo tra conoscenza teorica e pratica. |
| **Obiettivi formativi** | Gli obiettivi formativi dell’insegnamento di “Internet e social media” sono:* Definizione dei concetti di comunicazione e del suo indotto nella società.
* Definizione dei mezzi di comunicazione generalisti e della loro funzione socializzatrice come media sociali.
* introduzione del concetto di Rete e dell’avvento di Internet.
* Definizione del concetto di democratizzazione mediale.
* Definizione e mutamento del ruolo del pubblico nel processo comunicativo.
* analisi delle tecniche e dinamiche del cambiamento della comunicazione e della fruizione.
* analisi degli impatti della trasformazione digitale e delle nuove tecnologie sulla società.
 |
| **Risultati di apprendimento attesi** | In sintesi, i risultati di apprendimento attesi sono: Conoscenza e Capacità di Comprensione (Knowledge and Understanding): lo studente avrà acquisito la conoscenza e la capacità di comprensione dei principi fondamentali della comunicazione, dei social media e della trasformazione digitale. In particolare, sarà in grado di padroneggiare le tecniche di utilizzo, gestione e attualizzazione della comunicazione con il relativo indotto socializzatore e le sue dinamiche di cambiamento.Applicazione della Conoscenza e della Comprensione (Applying Knowledge and Understanding): lo studente sarà in grado di affrontare i problemi più ricorrenti e gestire gli strumenti e le tecniche per la comunicazione analogica e digitale, mediante l’applicazione delle conoscenze acquisite durante il corso. Autonomia di Giudizio (Making Judgements): lo studente sarà in grado di interpretare gli effetti dell’evoluzione della comunicazione, di Internet, dell’uso dei social media e dei fenomeni di trasformazione digitale sulla società.Abilità Comunicative (Communication Skills): lo studente avrà un linguaggio tecnico-scientifico appropriato che permetta di esprimere in modo chiaro e privo di ambiguità le conoscenze tecniche acquisite nell’ambito degli argomenti proposti ed analizzati.Capacità di Apprendere (Learning Skills): lo studente sarà in grado utilizzare sapientemente le conoscenze acquisite per lo studio e l’analisi di nuove tematiche legate agli Internet e social media studies in diversi ambiti di applicazione. |
| **Contenuti dell’insegnamento** | Il programma si divide in quattro moduli composti da lezioni corredate dal proprio materiale di supporto (slides e appunti della lezione). Di seguito, il dettaglio degli argomenti trattati: **Modulo 1: LA COMUNICAZIONE E IL PUBBLICO**: * Lezione 1-La comunicazione e l’uomo
* Lezione 2-Media, pubblico e percezione
* Lezione 3-La globalizzazione
* Lezione 4-Teorie e tecniche della comunicazione di massa 1
* Lezione 5-Teorie e tecniche della comunicazione di massa 2
* Lezione 6-Teorie e tecniche della comunicazione di massa 3
* Lezione 7-Teorie e tecniche della comunicazione di massa 4
* Lezione 8-Informare e comprendere

**Modulo 2: INDUSTRIA CULTURALE**:* Lezione 9-a storia del giornalismo
* Lezione 10-Comunicazione, consumo e notiziabilità
* Lezione 11- La nascita e lo sviluppo dei giornali
* Lezione 12-Industria culturale e cinema
* Lezione 13-Le origini della televisione
* Lezione 14-Radio e televisione: storie italiane
* Lezione 15-Neo-tv: i generi

**Modulo 3: INTERNET: UN NUOVO MONDO DIGITALE**:* Lezione 16-Internet e le ICT
* Lezione 17-Internet e democratizzazione mediale: le origini
* Lezione 18-La cultura digitale
* Lezione 19-Le WebTV
* Lezione 20-Gli aggregatori di contenuti
* Lezione 21-I pericoli in Rete

 **Modulo 4: INTERNET: UN NUOVO MONDO DIGITALE (parte 2°)*** Lezione 22-Prosumer e user generated content
* Lezione 23-Internet e la frammentazione dei pubblici
* Lezione 24-Le comunità virtuali
* Lezione 25-I nativi digitali
* Lezione 26-Fake news: tradizione e modernità
* Lezione 27-Web e il concetto di viaggio

**Programma ridotto (per CFU inferiori a 9):** **Modulo 3: INTERNET: UN NUOVO MONDO DIGITALE****Modulo 4: INTERNET: UN NUOVO MONDO DIGITALE (parte 2°)**Materiali per la preparazione dell’esame: Lezioni e dispense presenti in piattaforma |
| **Metodi didattici** | L’insegnamento di “Internet e social media” prevede 9 CFU, che corrispondono a un carico di studio di almeno 225 ore da parte dello studente, ed è sviluppato attraverso **lezioni preregistrate audio-video**, **slide**, **appunti delle lezioni** e altre risorse didattiche di supporto. I materiali di studio, che sono disponibili in piattaforma, contengono tutti gli elementi necessari per affrontare lo studio della materia. Il carico di studio comprende almeno le seguenti componenti: * **189 ore** di **didattica erogativa** per la visualizzazione e lo studio delle **lezioni preregistrate** (7 ore di studio per 1 ora di lezione videoregistrata, di cui 2 ore per ascoltare la lezione e 5 di autoapprendimento per assimilare i contenuti della lezione, per un totale di 27 ore di lezioni videoregistrate);
* **36 ore** di **didattica interattiva** sul **forum (aula virtuale)** mirata allo svolgimento di esercitazioni ed esercizi proposti dal/la docente, denominate **e-tivity**. Si tratta di esercitazioni su specifiche parti del programma che preparano lo studente a sostenere l’esame finale.

È importante tenere presente che le esercitazioni e gli esercizi proposti dal/la docente sia finali che transitori (attività interattive) mirano a far acquisire allo studente le capacità analitiche per risolvere i problemi legati ad Internet e social media con la dovuta proprietà di linguaggio tecnico nonché la capacità di applicare gli strumenti teorici idonei. Quindi le attività sopraelencate sono **obbligatorie** al fine di poter **sostenere in maniera proficua** l’esame. Sono poi proposti dei **test di autovalutazione**, di tipo asincrono, che corredano le lezioni preregistrate e consentono agli studenti di accertare sia la comprensione, sia il grado di conoscenza acquisita dei contenuti di ognuna delle lezioni, e degli **esercizi finali di autovalutazione**, di tipo asincrono, che consistono in tracce di esame mirate ad aiutare lo studente a capire il livello di preparazione raggiunto. Anche questa attività, che si avvale degli strumenti forniti in piattaforma, è interattiva e richiede ulteriori ore di studio a discrezione dello studente. Infine, la didattica si avvale di strumenti sincroni come il **ricevimento in web-conference** e **chat** disponibili in piattaforma che consentono un’interazione in tempo reale con gli studenti iscritti. Si consiglia allo studente di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 11 settimane dedicando allo studio almeno 20 ore a settimana.  |
| **Materiali di studio** | * **Videolezioni preregistrate a cura del docente suddivise in moduli**
* **Materiali didattici di supporto a cura del docente (appunti delle lezioni, slide e altro)**
* **Testi consigliati dal/la docente**
 |
| **Modalità di verifica dell’apprendimento** | L’esame di profitto consiste nello svolgimento di una prova orale o di una prova scritta, entrambe tendenti ad accertare la conoscenza e la capacità di comprensione della materia e di rielaborazione dei concetti acquisiti.La prova orale consiste in un colloquio con almeno 3 domande.La prova scritta prevede la somministrazione di 30 domande a risposta chiusa:- alle domande a risposta chiusa lo studente deve rispondere contrassegnando la risposta ritenuta esatta fra quelle indicate.Potranno comunque essere oggetto dell’esame finale di profitto anche gli argomenti proposti nelle e-tivity:saranno verificati nelle sessioni di esame di settembre-ottobre-novembre i temi delle e-tivity inserite nel precedente trimestre giugno-luglio-agosto, e dunque nelle sessioni di dicembre-gennaio-febbraio quelle inserite nel trimestre settembre-ottobre-novembre, di marzo-aprile-maggio quelle inserite nel trimestre dicembre-gennaio febbraio, di giugno-luglio quelle inserite nel trimestre marzo-aprile-maggio. |
| **Criteri per l’assegnazione dell’elaborato finale** | L’assegnazione dell’**elaborato finale** avverrà sulla base di un colloquio con il/la docente in cui lo studente manifesterà i propri specifici **interessi** in relazione a qualche argomento che intende approfondire; non esistono **preclusioni** alla richiesta di assegnazione della tesi e non è prevista una **media particolare** per poterla richiedere. |