



| | |
|---|---|
| Insegnamento | Influencer and Leadership Studies |
| Livello e corso di studio | Corso di Laurea Magistrale in Digital Communication (classe LM-19) |
| Settore scientifico disciplinare (SSD) | SPS/08 |
| Anno Accademico | 2024-2025 |
| Anno di corso | 5 |
| Numero totale di crediti | 6 |
| Propedeuticità | - |
| Docente | Prof. Luca Bussoletti Facoltà: Scienze della Comunicazione Nickname: luca.bussoletti Email: luca.bussoletti@unicusano.it Orario di ricevimento: Consultare il calendario alla pagina seguente del nostro sito verificando gli orari |
| Presentazione | L'insegnamento punta ad approfondire la rilevanza, nell'attuale contesto sociale e in special modo nell'ampio universo della comunicazione, di due concetti essenziali come quello della leadership e quello dell'influenza. Dalla dimensione strettamente sociale e politica a quella del management e del marketing, gli studenti affronteranno un percorso analitico e pratico volto a mettere in luce caratteristiche trasversali e possibilità professionali di pari passo con l'evoluzione del rapporto tra emittenti (politica, giornalismo, aziende) e pubblico. |
| Obiettivi formativi disciplinari | Gli obiettivi formativi dell'insegnamento di "Influencer and Leadership Studies" sono: <ol style="list-style-type: none"> 1. Definire i concetti di leadership e dell'influenza; 2. Analizzare la dimensione sociale e politica della leadership e dell'influenza 3. Analizzare la dimensione manageriale e di marketing della leadership e dell'influenza 4. Illustrare le caratteristiche trasversali dei due concetti nel contesto della comunicazione |
| Prerequisiti | - |
| 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 concetti della leadership e dell'influenza nel contesto della comunicazione e degli impatti nelle dimensioni sociali, politiche e manageriali. APPLICAZIONE DELLA CONOSCENZA E DELLA COMPrensIONE (APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING): lo studente sarà in grado applicare le conoscenze apprese, relative al ruolo che la leadership e l'influenza possono avere nel funzionamento dei processi di comunicazione. AUTONOMIA DI GIUDIZIO (MAKING JUDGEMENTS): lo studente sarà in grado di interpretare il funzionamento dei processi di comunicazione all'interno delle organizzazioni e nella società identificando il ruolo della leadership e dell'influenza. 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 del funzionamento dei principali organi dello stato italiano e dei suoi rapporti con la comunità internazionale. |
| Organizzazione dell'insegnamento | Il corso è sviluppato attraverso le lezioni preregistrate audio-video che compongono, insieme a slide e dispense, i materiali di studio disponibili in piattaforma. 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. |

| | |
|---|---|
| | <p>La didattica interattiva è svolta nel forum della “ classe virtuale” e comprende 3 e Tivity che applicano le conoscenze acquisite nelle lezioni e prevedono un’interazione con il programma radio del docente presso l’emittente dell’Ateneo.</p> <p>In particolare, il Corso di Influencer and Leadership Studies prevede 6 Crediti formativi. Il carico totale di studio per questo modulo di insegnamento è compreso tra 220 e 250 ore così suddivise in: circa 160 ore per la visualizzazione e lo studio del materiale videoregistrato (22 Ore videoregistrate di Teoria e 10 ore di esercitazioni).</p> <p>Circa 60 ore di Didattica Interattiva per l’elaborazione e la consegna di 3 E-tivity</p> <p>Circa 10 ore di Didattica Interattiva per l’esecuzione dei test di autovalutazione.</p> <p>Si consiglia di distribuire lo studio della materia uniformemente in un periodo di 11 settimane dedicando tra le 20 alle 30 ore di studio a settimana</p> |
| Contenuti del corso | <p>Il programma si divide in quattro moduli composti da lezioni corredate dal proprio materiale di supporto(slides e appunti della lezione).</p> <p>Di seguito, il dettaglio degli argomenti trattati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modulo 1: Introduzione ai concetti di leadership e di influenza nella società e nella politica • Modulo 2: La leadership nelle organizzazioni e nei processi di marketing e comunicazione • Modulo 3: L’influenza nelle organizzazioni e nei processi di marketing e comunicazione • Modulo 4: Le caratteristiche trasversali e le specificità della leadership e dell’influenza nel settore della comunicazione |
| Materiali di studio | <ul style="list-style-type: none"> • 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 valutazione | <p>L’esame consisterà di norma nello svolgimento di una prova scritta o nel sostenimento di una prova orale tendente ad accertare le capacità di analisi, la proprietà di linguaggio e la capacità di applicazione dei concetti acquisiti.</p> <p>La prova scritta prevede 30 domande a risposta multipla che riguardano l’intero programma dell’insegnamento da svolgere in 30 minuti. Solo un’opzione di ogni domanda è quella corretta. Ad ogni domanda a risposta multipla relativa ai contenuti del programma d’esame viene attribuito il valore di 1 punto per risposta corretta. Tutte le domande corrette consentono di raggiungere il punteggio di 30 e così a scendere.</p> <p>La prova orale consiste in un colloquio teso ad accertare il livello di preparazione dello studente. Il colloquio si compone di 3 domande che riguardano l’intero programma dell’insegnamento, ogni domanda ha uguale dignità e pertanto un massimo voto pari a 10.</p> <p>Sia nella prova scritta che nella prova orale particolare attenzione nella valutazione delle risposte viene data alla capacità dello studente di rielaborare, applicare e presentare con proprietà di linguaggio il materiale presente in piattaforma. La prova scritta prevede 30 domande a risposta chiusa da svolgersi in 30 minuti. Ad ogni domanda chiusa esatta viene attribuito un valore pari a 1.</p> <p>In sede di valutazione finale, si terrà conto anche della proficua partecipazione ai forum (aule virtuali) e al corretto svolgimento delle e Tivity proposte.</p> |
| Criteri per l’assegnazione dell’elaborato finale | <p>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.</p> |