Insegnamento	Digital and social media management
Livello e corso di	Corso di Laurea Triennale in Comunicazione Digitale e Social Media (classe L-20)
Settore scientifico disciplinare (SSD)	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi G SPS-06/A - Sociology of Cultural and Communication Processes
Anno Accademico	2025-2026
Anno di corso	2
Numero totale di	9
Propedeuticità	Nessuna
Docente	Federico Tarquini Dipartimento: Scienze Economiche, Psicologiche, della Comunicazione, della Formazione e Motorie. E-mail: federico.tarquini@unicusano.it
Presentazione	Il corso illustra e analizza l'origine, l'evoluzione, i luoghi, le figure e le pratiche tipiche dei media digitali. In tal senso, verrà fornita una rassegna delle trasformazioni che i regimi comunicativi dei nuovi media stanno realizzando nell'ambito dell'esperienza personale, della produzione e del consumo, sulle figure dei pubblici e degli utenti, in quello delle relazioni sociali mediate dalle piattaforme digitali e nei processi di costruzione dell'identità personale e collettiva. Il corso intende fornire strumenti teorici e pratici utili alla comprensione in primo luogo dei social media, considerati, oggi più che mai, lo spazio entro cui si strutturano i fenomeni culturali, economici e sociali, caratteristici del presente.
Obiettivi formativi disciplinari	Il corso si propone di offrire allo studente gli strumenti per ricostruire storicamente l'impatto sulla società e sulla cultura dei digital e social media. In particolare, il corso si pone i seguenti obiettivi formativi: 1. Comprendere e interpretare il significato dei dispositivi tecnologici e delle forme espressive dei digital e social media 2. Comprendere e interpretare la dimensione esperienziale dei digital e social media 3. Comprendere e interpretare il significato sociale e culturale dei digital e social media 4. Delineare un percorso di approfondimento storico e teorico dell'evoluzione dei sistemi
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento attesi	CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPRENSIONE (KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING): lo studente avrà acquisito la conoscenza e la capacità di comprensione delle principali teorie e tecniche riguardanti dei digital e social media. APPLICAZIONE DELLA CONOSCENZA E DELLA COMPRENSIONE (APPLYING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING): lo studente sarà in grado di utilizzare strumenti teorici per interpretare l'impatto sulla società e sulla cultura delle molte forme mediali tipiche dell'era digitale. AUTONOMIA DI GIUDIZIO (MAKING JUDGEMENTS): lo studente sarà in grado di comprendere e analizzare le forme tecnologiche e i linguaggi espressivi dei digital e social media, giudicare criticamente il loro impatto sulle culture e sulle società contemporanee. ABILITÀ COMUNICATIVE (COMMUNICATION SKILLS): lo studente acquisirà il linguaggio proprio ai paradigmi teorici degli studi mediologici e culturali, ciò gli permetterà di esprimere in modo chiaro le conoscenze acquisite durante il corso. CAPACITÀ DI APPRENDERE (LEARNING SKILLS): lo studente sarà capace di acquisire ed elaborare intellettualmente i concetti e i temi presentati durante il corso.

O r g a n i z z a z i o n e 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. La **didattica interattiva** è svolta nel forum della "classe virtuale" e comprende una **Etivity** In particolare, il Corso di Digital and Social Media Management prevede 9 Crediti formativi. Il carico totale di studio per questo modulo di insegnamento è compreso tra 220 e 250 ore 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
Contenuti del corso	L'insegnamento di "Digital and Social Media Management" 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 programma si divide in nove moduli composti da sei lezioni ciascuno. - Modulo 1: La nascita della società in rete - Modulo 2: Il digitale - Modulo 3: Essere e fare network - Modulo 4: Le tre rivoluzioni - Modulo 5: Lo "spazio" digitale - Modulo 6: La cultura convergente - Modulo 7: mediatizzazione e fenomenologia della connessione - Modulo 8: La società delle piattaforme - Modulo 9: Il digitale e le relazioni
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: • Balbi G., Magaudda P., Storia dei media digitali. Rivoluzioni e continuità, Laterza, Bari, 2014 • Boccia Artieri G., Gemini L., Pasquali F., Carlo S., Farci M., Pedroni M., Fenomenologia dei social network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online. Guerini Scientifica, Milano, 2017 • Castells M., La nascita della società in rete, UBE, Milano, 2014 • Jenkins H., Cultura convergente, Apogeo, Milano, 2006 • Rainie L., Wellman B., Networked. Il nuovo sistema operativo sociale, Guerini Scientifica, Milano, 2012 • Van Dijck J., Poell T., De Wall M., Platform society. Valori pubblici e società connessa, Guerini Scientifica, Milano, 2019

Modalità di valutazione	L'esame consiste nello svolgimento di una **prova scritta** tendente ad accertare le capacità di analisi e rielaborazione dei concetti acquisiti. *In accordo con il modello formativo del Corso di Studi, La valutazione finale dell'insegnamento, espressa in trentesimi, prende in considerazione anche l'attività svolta in itinere dallo studente e valutata attraverso il punteggio assegnato all'eventuale Etivity (da 0 a 3)* La prova orale consiste in un colloquio tendente ad accertare il livello di preparazione dello studente. 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. Possono essere oggetto di domanda di esame le tematiche affrontate nel corso delle e-tivity il cui svolgimento rientra nella valutazione finale secondo le indicazioni inserite nelle schede etivity presenti tra i materiali del corso
Criteri per l'assegnazione dell'elaborato finale	L'assegnazione dell'**elaborato finale** avverrà sulla base di un colloquio con il 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 [illegible]