UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Teoria e Tecnica dei Nuovi Media

2122-1-E2004P007

Area di apprendimento

Studio degli aspetti socio-economici e culturali legati ai processi comunicativi

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

- Le novità sul piano comunicativo dei nuovi media rispetto ai media tradizionali.
- La rivoluzione dei nuovi media e il loro impatto sociale, culturale ed economico
- Aspetti tecnologici di base (reti, ipertesti, tecnologia del Web)

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

- Capacità di valutare criticamente l'impatto dei nuovi media
- Capacità di comprendere i meccanismi mediatici attivati a partire dalla rivoluzione del Web (media sociali, viralità, condivisione dei contenuti ecc.).
- Capacità di utilizzare tali meccanismi per una comunicazione efficace

Contenuti sintetici

Dopo aver analizzato l’evoluzione dei principali strumenti di comunicazione e aver ripercorso i cambiamenti storici

e sociali legati alla comunicazione, il programma affronterà nel dettaglio l’equilibrio che caratterizza la comunicazione ai giorni nostri, focalizzandosi sulle principali forme di comunicazione online. Da qui un’analisi dei principali social media, del loro funzionamento e del loro ruolo negli equilibri sociali di oggi.

Programma esteso

- Introduzione generale ai media e ai nuovi media
- Breve storia dei media.
- Internet e i suoi servizi.
- Il World Wide Web.
- La struttura di Internet e del Web.
- La rivoluzione del Web.
- Il condizionamento mediatico dell’opinione e i nuovi media.
- Il Web e la gestione della conoscenza.
- Il Web in azienda.
- Laboratorio: SEO e usabilità dei siti Web

Prerequisiti

Non ci sono prerequisiti specifici; la capacità di usare Internet a livello utente è data per scontata, così come la conoscenza (almeno sommaria) dei principali strumenti mediatici disponibili oggi in rete (Facebook, Twitter, WhatsApp ecc.)

Metodi didattici

Lezioni in aula; presentazione e discussione di materiale multimediale di pubblico dominio, preso dalla rete.

L'attività didattica sarà erogata in presenza, salvo indicazioni diverse, nazionali e/o di Ateneo, dovute al protrarsi dell'emergenza COVID-19.

Modalità di verifica dell'apprendimento

L’esame è scritto e comprende domande a risposta multipla (che hanno l’obiettivo di verificare una comprensione dei concetti chiave affrontati nel programma) e domande aperte (che hanno l’obiettivo di portare lo studente a ragionare su casistiche concrete a cui potrebbero essere applicate le nozioni del corso).

Progetto obbligatorio (gli studenti - da soli o in gruppi - dovranno sviluppare la struttura di un nuovo media ideato da loro. Sarà possibile sviluppare il progetto anche per i non frequentanti seguendo le linee guida fornite dal docente sull’elearning. Il progetto avrà valore di 5 punti sul totale del punteggio d’esame)

Colloquio orale (facoltativo)

Gli studenti/le studentesse Erasmus possono contattare il/la docente per concordare la possibilità di studiare su

una bibliografia in lingua inglese e/o la possibilità di sostenere l'esame in inglese.

Testi di riferimento

Beltrami, A. (2015) Sfrutta i contenuti, genera nuovi clienti e fai Content Marketing. Dario Flaccovio Editore.

Codeluppi, V. (2014). I media siamo noi. Franco Angeli.

Beltrami, A. (2018) Come promuovere la tua attività sul web senza pubblicità. Franco Angeli.