UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Digital Communication

2122-1-F9201P200

Titolo

COMUNICAZIONE DIGITALE

Argomenti e articolazione del corso

Finalità

Questo Corso ha l'obiettivo di contribuire alla formazione di una nuova generazione di comunicatori digitali consapevoli della natura dinamica e ad alta complessità degli attuali e futuri atti comunicativi nell'era delle tecnologie digitali e telematiche. Il Corso vuole mettere in grado gli studenti di possedere l'ampiezza prospettica necessaria all'interazione multidisciplinare richiesta dalla comunicazione digitale, sia sul fronte delle sfide tecnologiche, sia su quello delle basi concettuali che la fondano. Esempi concreti e best-practices provvederanno a fornire il necessario senso pratico.

Argomenti corso

Parte 1 – LA COMPLESSITA' E LE RETI

Verranno introdotti i principali aspetti della scienza delle reti e della complessità come background fondamentale per comprendere la dinamica delle tecnologie digitali coniugate con i dati e i supporti telematici (con particolare riferimento alle reti sociali).

Perte 2 – LA PUBBLICITA'

Gli strumenti della comunicazione digitale verranno introdotti a partire dall'evoluzione dei media, da quelli a canale

mono-direzionale fino a Internet, mettendo in luce casi ed esempi storici e attuali, con riferimento alla pubblicità e alla sua evoluzione comunicativa.

Parte 3 – LA MASSA

Verranno introdotte le particolari caratteristiche classificatorie, fenomenologiche e comportamentali che le caratterizzano le masse, le folle e i gruppi, con particolare riferimento all'impatto delle tecnologie digitali su questi target, con riferimenti alla pubblicità e alla comunicazione politica, con esempi concreti e testimonianze.

Parte 4 – GLI EVENTI

Verrà sviluppato il tema della "festivalizzazione" delle città e dei suoi nuovi sviluppi a fronte delle necessità di adesione a principi di sostenibilità e di sicurezza, marcando l'attualità dell'emergenza Covid e le sue ripercussioni nell'organizzazione e nella gestione di eventi, con particolare riguardo verso concreti esempi e testimonianze di esperti.

Obiettivi

Con questo insegnamento, con una costante e partecipata frequenza alle lezioni e al Laboratorio connesso al corso, si intendono PROMUOVERE i seguenti apprendimenti, in termini di:

- Conoscenze e comprensione
- Capacità di mettere in relazione conoscenze e modelli fra loro differenziati
- Capacità di applicare conoscenze e modelli

Metodologie utilizzate

Materiali didattici (online, offline)

Bibliografia

TESTO PRINCIPALE:

Albert-Laszlo Barabasi, *Link*, Einaudi Editore, Torino , 2002.

TESTI CONSIGLIATI A SUPPORTO:

Alberto Gandolfi, *Formicai, imperi, cervelli: introduzione alla scienza della complessità*, Bollati Boringhieri, Torino, 2008.

OECD Global Science Forum, Applications of Complexity Science for Public Policy, 2009, http://www.oecd.org/science/sci-tech/43891980.pdf

David Easley, Jon Kleinberg, *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*,

Cambridge University Press, 2010.

David Amerlan, *The Social Media Mind: How Social Media Is Changing Business, Politics and Science and Helps Create a New World Order*, New Line Publishing, 2012.

Alberto Contri, *McLuhan non abita più qui? I nuovo scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale,* Bollati Boringhieri, 2017.

Altri testi e materiale didattico verranno definiti durante il corso.

Programma e bibliografia per i frequentanti

Bibliografia

TESTO PRINCIPALE:

Albert-Laszlo Barabasi, *Link*, Einaudi Editore, Torino , 2002.

TESTI CONSIGLIATI:

Alberto Gandolfi, *Formicai, imperi, cervelli: introduzione alla scienza della complessità*, Bollati Boringhieri, Torino, 2008.

OECD Global Science Forum, Applications of Complexity Science for Public Policy, 2009, http://www.oecd.org/science/sci-tech/43891980.pdf

David Easley, Jon Kleinberg, *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*, Cambridge University Press, 2010.

David Amerlan, *The Social Media Mind: How Social Media Is Changing Business, Politics and Science and Helps Create a New World Order*, New Line Publishing, 2012.

Alberto Contri, *McLuhan non abita più qui? I nuovo scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale,* Bollati Boringhieri, 2017.

Altri testi e materiale didattico verranno definiti durante il corso.

Programma e bibliografia per i non frequentanti

Bibliografia

TESTO PRINCIPALE:

Albert-Laszlo Barabasi, *Link*, Einaudi Editore, Torino , 2002.

TESTI CONSIGLIATI A SUPPORTO:

Alberto Gandolfi, *Formicai, imperi, cervelli: introduzione alla scienza della complessità*, Bollati Boringhieri, Torino, 2008.

OECD Global Science Forum, Applications of Complexity Science for Public Policy, 2009, http://www.oecd.org/science/sci-tech/43891980.pdf

David Easley, Jon Kleinberg, *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World*, Cambridge University Press, 2010.

David Amerlan, *The Social Media Mind: How Social Media Is Changing Business, Politics and Science and Helps Create a New World Order*, New Line Publishing, 2012.

Alberto Contri, *McLuhan non abita più qui? I nuovo scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale,* Bollati Boringhieri, 2017.

Altri testi e materiale didattico verranno definiti durante il corso.

Modalità d'esame

- Test scritto e presentazione orale del progetto (individuale o di gruppo).
- Criteri di valutazione

Orario di ricevimento

Su richiesta al docente.

Durata dei programmi

The programs are worth one academic year.

Cultori della materia e Tutor

Tutor: Alessandra Grossi - Dipartimento di Informatica, Sistemistica e Comunicazione