



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Comunicazione Digitale

2122-1-F9201P200

---

#### Titolo

COMUNICAZIONE DIGITALE

#### Argomenti e articolazione del corso

-

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

-----

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.

---

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 nuovi 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 nuovi 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

---