

SYLLABUS DEL CORSO

Teoria e Tecnica dei Nuovi Media

2425-1-E2004P007

Area di apprendimento

3. 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.

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

Le lezioni verranno svolte in modalità erogativa in presenza.

Più nello specifico, saranno adottate modalità didattiche comprendenti l'esposizione diretta, la discussione di gruppo e lo svolgimento di eventuali approfondimenti a carattere seminariale.

Il corso è erogato in lingua italiana.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La verifica dell'apprendimento sarà effettuata attraverso una prova scritta, articolata in una parte con domande a scelta multipla e una parte con domande aperte. Le domande sono volte ad accertare l'effettiva acquisizione dei temi e degli autori presentati, la capacità di orientarsi nei testi proposti in bibliografia e di confrontarsi criticamente con essi.

Non sono previste prove *in itinere*.

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. (2020). *Come funziona il Content Marketing spiegato in modo semplice*. CMI.

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
