UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Media, Cultura e Turismo

2526-1-E1503N009

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

Fornire allo studente le nozioni relative alla crescente importanza, per il mercato turistico, delle dinamiche mediali e dei consumi culturali, con un particolare focus sul mondo digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Individuare e Interpretare in maniera critica un oggetto culturale; sviluppare un piano per la valorizzazione culturale di un prodotto-servizio nel campo turistico.

Autonomia di giudizio
Il corso sviluppa la capacità di interpretare criticamente dati e fenomeni sociali legati ai media e alla cultura, con particolare attenzione alla domanda e offerta turistica.

Abilità comunicative
Gli studenti saranno messi in grado di comunicare in modo efficace i principali concetti relativi all'analisi della cultura e dei media, adattando il linguaggio ai diversi interlocutori e contesti professionali, anche in un'ottica multidisciplinare.

Capacità di apprendimento
Il corso stimola la capacità di aggiornarsi in modo autonomo rispetto all'evoluzione delle conoscenze su media e cultura, favorendo una riflessione continua sull'esperienza formativa e professionale.

Contenuti sintetici

Nascita e sviluppo del concetto di cultura. Dimensioni e componenti della cultura. Interpretazioni sociologiche della

relazione tra cultura e struttura sociale. La creazione della cultura. La differenziazione culturale nelle società moderne. Cultura alta, cultura popolare, cultura di massa.
L’industria culturale, il mercato culturale e i consumi culturali. Il turismo culturale. Il turismo culturale come settore dell’industria culturale.
La “rivoluzione digitale” e le sue conseguenze sui modi di produzione e fruizione della cultura, con particolare riferimento alle applicazioni nel turismo culturale. Analisi di esperienze di turismo culturale con i media digitali alla luce dei concetti appresi nel corso.

Programma esteso

- Presentazione del corso
- Il concetto di cultura
- La cultura in senso umanistico e per le scienze sociali
- L'oggetto culturale
- Esempi di oggetti culturali
- La teoria di Marx
- La teoria funzionalista della cultura
- La teoria di Weber sull'origine culturale del capitalismo
- Durkheim e la creazione collettiva della cultura
- Le subculture
- Interazionismo simbolico e cambiamento culturale
- L'industria culturale
- Le teorie sul rapporto tra consumo culturale e stratificazione sociale
- La rappresentazione delle donne nei media
- Il consumo culturale
- La digitalizzazione
- I social network
- Il rapporto tra digitalizzazione e benessere/qualità della vita
- Il turismo culturale
- La comunicazione del prodotto-servizio nel turismo (seminario con la società ATC LINEA di Milano)
- fatti e "problemi sociali"
- La cultura nelle organizzazioni

Prerequisiti

Sufficienti abilità logiche e buon livello di cultura generale; ragionevoli capacità di apprendimento, di scrittura e di comunicazione orale. Capacità di lettura in lingua inglese.

Metodi didattici

Il Corso si compone di 56 ore, di cui indicativamente il 60% con didattica erogativa (lezioni frontali con utilizzo di slides, audio e video) e il 40% con didattica interattiva (esercitazioni, lavori in sottogruppo, presentazione di casi di studio a partire dai quali sviluppare lavori individuali e in sottogruppo, preparati e discussi durante il corso).

--> 18 lezioni da 2 ore di didattica erogativa in presenza
--> 10 lezioni da 2 ore di didattica interattiva in presenza

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame scritto con domande a scelta multipla e domande aperte sostenute al computer in un laboratorio informatico. In particolare, l'esame consta di un primo blocco di 15 domande a scelta multipla, che dà accesso (almeno 11 corrette su 15) ad una seconda parte con 2 domande aperte.

a. Criteri di valutazione: correttezza delle risposte nelle domande a scelta multipla; correttezza delle risposte, capacità di analisi e applicazione dei concetti ad esempi di ricerca, chiarezza espositiva nelle domande aperre

b. La prova scritta punta a verificare le conoscenze e la comprensione dei concetti e dei contenuti fondamentali del corso, la capacità di fare connessioni e collegamenti tra gli argomenti, la capacità di rielaborare in modo personale i temi affrontati.

c. Saranno valutati i seguenti aspetti:
• il livello di conoscenza e la capacità di applicare in modo integrato concetti teorici e principi etici discussi a lezione e nei testi indicati;

• la qualità della scrittura: l'utilizzo di un linguaggio sceintifico coerente con i contenuti oggetto della prova; la chiarezza espositiva (informazioni rilevanti, esposte in modo organizzato e sintetico).

STUDENTI INTERNAZIONALI: Dei materiali per la preparazione in inglese e la possibilità di sostenere l'esame in inglese sono offerti su richiesta.

Testi di riferimento

1. Griswold W., "Sociologia della cultura", Bologna, il Mulino (2005);

2. Dispensa a cura del docente reperibile sulla piattaforma e-learning e presso la copisteria "Fronteretro", Viale Sarca, 191 Milano.

MATERIALE AGGIUNTIVO: A completamento del materiale per la preparazione dell'esame, verranno pubblicate le slide delle lezioni, sulla pagina del corso al termine del lezioni.

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE