

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 medi它们和 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 aperse

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 scientifico 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 delle lezioni.

Sustainable Development Goals

SALUTE E BENESSERE
