PROGRAMMA DEL CORSO DI COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/07 (PEMM-01/C)

CFU

9

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/

TESTO CONSIGLIATO

"Manuale di digital journalism per la scuola e il mondo dell'istruzione" di G. Lanese e R. Zarriello (Fausto Lupetti Editore);

"Penne digitali 2.0" di Roberto Zarriello (edizioni: Centro di documentazione giornalistica);

"Social Media Marketing. Una guida per i nuovi Comunicatori Digitali" di Roberto Zarriello (Franco Angeli editore);

"Brand Journalism" di Roberto Zarriello (edizioni: Centro di documentazione giornalistica);

si invitano gli studenti a visionare tutti i materiali presenti in piattaforma

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/
Le attività di didattica erogativa consistono, per ciascun CFU, nell'erogazione di 6 videolezioni corredate di testo e questionario finale. Il format di ciascuna videolezione prevede il video registrato del docente che illustra le slide costruite con parole chiave e schemi esemplificativi. Il materiale testuale allegato a ciascuna lezione corrisponde a una dispensa (PDF) composta da almeno 10 pagine con le informazioni necessarie per la corretta e proficua acquisizione dei contenuti trattati durante la lezione. Attività di autoverifica degli apprendimenti prevista al termine di ogni singola videolezione consiste in un questionario costituito da 10 domande, a risposta multipla.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

/**/
Le attività di Didattica interattiva consistono, per ciascun CFU, in un'ora dedicata alle seguenti tipologie di attività: Redazione di un elaborato Partecipazione a una web conference Partecipazione al forum tematico Lettura area FAQ Svolgimento delle prove in itinere con feedback

OBBLIGO DI FREQUENZA

/**/
Frequenza obbligatoria online. Ai corsisti viene richiesto di partecipare all'80% delle attività proposte in piattaforma.

RECAPITI

Prof. Roberto Zarriello

roberto.zarriello@unipegaso.it

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale. L'esame orale consiste in un colloquio con la Commissione sui contenuti del corso. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 30 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate anche attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

LINGUA DI INSEGNAMENTO: ITALIANO

AGENDA

In Informazioni Appelli nella home del corso per ogni anno accademico vengono fornite le date degli appelli

OBIETTIVI FORMATIVI PER IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI DI APPRENDIMENTO PREVISTI NELLA SCHEDA SUA

Comprendere gli scenari della comunicazione digitale, le nuove tecnologie e i nuovi strumenti usati da giornalisti, blogger e comunicatori.

CONTENUTI DEL CORSO:

Il corso prende in esame gli aspetti che riguardano il mondo della comunicazione digitale e l'impiego dei nuovi strumenti e tecnologie di comunicazione. I temi trattati si concentrano, in particolare, sulla Comunicazione e il web 2.0, i Social Network, il giornalismo digitale, la figura del blogger, le web tv e il live streaming, ma anche elementi di marketing on-line, di social media marketing, pubblicità online e rapporti tra social media e istituzioni. L'accento è posto sui nuovi linguaggi, le nuove tecnologie e le nuove tecniche di comunicazione digitale, con una panoramica sul mondo dei media e le nuove professioni legate all'uso dei Social. Giornalismo, comunicazione e marketing sono i tre settori che hanno subito modifiche profonde e rivoluzionarie grazie all'avvento del web e dei Social media.

PROGRAMMA DIDATTICO: ELENCO VIDEOLEZIONI/MODULI

Ia Video lezione – Comunicazione e web 2.0

IIa Video lezione – “L’arrivo dei Social Network”

IIIa Video lezione – “Dai Social Network ai Social Media”

IVa Video lezione – “L’era del Giornalismo digitale”

Va Video lezione – “Gli strumenti del cybergiornalista”

VIa Video lezione – “La rivoluzione dei blog”

VIIa Video lezione – Elementi di web journalism

VIIIa Video lezione – La Web Tv

IXa Video lezione – L’invenzione dell’Hashtag

Xa Video lezione - Come si diventa blogger

XIa Video lezione - Attirare l'attenzione con un testo di qualità su web, carta, radio, tv

XIIa Video lezione - Il cybergiornalista del 2020: coniugare tecnologia, affidabilità e grammatica

XIIIa Video lezione - Gestire un ufficio stampa e il brand journalism nella Pa

XIVa Video lezione - Regole di sicurezza informatica

XVa Video lezione - Le basi del linguaggio HTML

XVIa Video lezione - Comunicare con un titolo

XVIIa Video lezione - Comunicare: deontologia e fake news

XVIIIa Video lezione - Il fotografo mentitore

XIXa Video lezione - SEO: cosa significa? Le regole di base

TESTI DI RIFERIMENTO

"Manuale di digital journalism per la scuola e il mondo dell'istruzione" di G. Lanese e R. Zarriello (Fausto Lupetti Editore), Roma 2024;

"Penne digitali 2.0" di Roberto Zarriello (edizioni: Centro di documentazione giornalistica);

"Social Media Marketing. Una guida per i nuovi Comunicatori Digitali" di Roberto Zarriello (Franco Angeli editore);

"Brand Journalism" di Roberto Zarriello (edizioni: Centro di documentazione giornalistica);

si invitano gli studenti a visionare tutti i materiali presenti in piattaforma e nella sezione "Documenti".