

## **PROGRAMMA DEL CORSO DI TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE**

### **SETTORE SCIENTIFICO**

L-ART/07

### **CFU**

15

### **FREQUENZA- VALUTAZIONE-LINGUA**

FREQUENZA DEL CORSO: OBBLIGATORIA ONLINE. AI CORSISTI VIENE RICHIESTO DI VISIONARE ALMENO L'80% DELLE VIDEOLEZIONI PRESENTI IN

PIATTAFORMA.METODI DI VALUTAZIONE:

- PROVA ORALE
- PROVA SCRITTA (CONSISTE NELLA SOMMINISTRAZIONE DI UNA PROVA STRUTTURATA DI 30 DOMANDE A RISPOSTA MULTIPLA CON 4 RISPOSTE)

LINGUA DI INSEGNAMENTO: ITALIANO

### **RECAPITI**

#### **OBIETTIVI FORMATIVI**

Padroneggiare i nuovi media e conoscere i media tradizionali, dunque saper comunicare. Attraverso un percorso di lezioni, che avrà come filo conduttore la comunicazione nei suoi molteplici aspetti, a fine corso gli studenti matureranno delle competenze non solo teoriche ma pratiche. Le video lezioni serviranno a fornire gli strumenti indispensabili per una corretta comunicazione mentre i test valuteranno il grado di apprendimento e acquisizione degli strumenti stessi. Il fenomeno della comunicazione verrà sviscerato prendendo come punto di riferimento il giornalismo in tutte le sue declinazioni. A irrobustire il corso di studi, seguiranno delle lezioni in cui verranno messi a fuoco concetti come “pubblico” e “media” analizzati attraverso il ricorso della semiologia.

### **VIDEOLEZIONI E TESTI DI RIFERIMENTO**

Il corso prevede un ciclo di 90 videolezioni che avranno come tema la comunicazione. Suddivise in aeree, le videolezioni sviscerano la comunicazione partendo dalla divulgazione per eccellenza ovvero il giornalismo. Carta, web e radio. Saranno forniti, nelle videolezioni, strumenti normativi per i professionisti che si accingono ad accedere e fare il loro ingresso nel mondo della comunicazione. A queste si aggiungono videolezioni su comunicazione e marketing e sui nuovi social media (Twitter, Facebook). Una serie di videolezioni affronteranno invece il tema della pubblicità: dagli esordi fino a oggi e quindi la pubblicità istituzionale.

Testi di riferimento:

- Denis Mcquail "Sociologia dei media" - Il Mulino
- Joseph Ejarque "Social media marketing" - Hoepli edizioni
- Giuseppe Riva "Nativi digitali" - Il Mulino