

PIANO DI STUDI

**L3 – SCIENZE E TECNOLOGIE DELLE ARTI,
DELLO SPETTACOLO E DEL CINEMA**

Coorte 2019/2020

Data di Emissione: 1 marzo 2019

Sommario

Presentazione.....	3
Tabella Piano di Studio.....	5
Schede didattiche dei singoli insegnamenti.....	6

Presentazione

Il Corso di Studio in breve

Il Corso di Laurea in SCIENZE E TECNOLOGIE DELLE ARTI, DELLO SPETTACOLO E DEL CINEMA si pone l'obiettivo di fornire una adeguata formazione culturale di base, con particolare riferimento all'età contemporanea, e l'acquisizione di competenze storiche e critico-analitiche, per quanto riguarda le discipline della musica, del cinema e dello spettacolo. Ciò attraverso un percorso di studi che da una formazione di carattere generale procede in direzione di una preparazione di tipo più specifico, e che prevede un importante spazio attribuito ad attività esperienziali in modalità telematica (altre conoscenze applicative utili per l'inserimento nel mondo del lavoro) che vedono coinvolti esponenti del mondo dell'arte e dello spettacolo e di importanti aziende del settore.

Il Corso di laurea si pone l'obiettivo di formare laureati che abbiano acquisito un'ampia base di conoscenze storiche, teoriche e critiche nell'ampio macrosettore in cui operano, tra gli altri, lo spettacolo dal vivo, il cinema, la televisione e la radio, con uno stretto collegamento con le arti figurative e la cultura musicale. Un macrosettore che, in particolare grazie all'adozione delle tecnologie digitali e alla diffusione di Internet, ha aggiunto recentemente alla propria attività una dimensione "social", con un ampio coinvolgimento e protagonismo del pubblico. La sfida che il corso di laurea intende affrontare è quella di coniugare una solida conoscenza critica degli aspetti artistici di questo vasto ambito della cultura con l'offerta di competenze adeguate e aggiornate negli aspetti produttivi e organizzativi, sempre più internazionalizzati e in continua evoluzione, che si sono insediati in questo grande ambito. L'insieme delle attività formative sono per questo motivo orientate al conseguimento di un sapere flessibile, capace di adattarsi alla varietà e al costante mutamento della richiesta del mondo del lavoro negli ambiti della produzione artistica, della comunicazione e promozione di eventi, puntando anche all'obiettivo di rendere capaci gli studenti di farsi essi stessi promotori, da soli o in gruppo, di iniziative culturali e di imprese.

Si tratta di un percorso interdisciplinare e plurale, ma fortemente coerente, che mira a formare molteplici e polivalenti figure di figure di professionisti particolarmente nel campo dello spettacolo dal vivo e riprodotto in forma cinematografica, radiotelevisiva, multimediale. La conoscenza delle diverse forme dei linguaggi artistici e delle loro forme economiche permetterà ai laureati di ricoprire diversi ruoli nell'ambito delle attività di ideazione, progettazione, produzione e promozione del sistema culturale, sia collaborando con enti pubblici e privati, sia ad imprese mediali nazionali o internazionali, sia facendosi essi stessi promotori di iniziative. privati che operano in questi settori.

Il percorso formativo si giova di supporti informatici avanzati per la didattica a distanza e di alcuni momenti applicativi web based per integrare la prospettiva esperienziale e sensoriale, e il confronto sia con gli artisti e gli autori sia con gli attori delle diverse filiere, le imprese, i territori.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il Corso di Laurea in SCIENZE E TECNOLOGIE DELLE ARTI, DELLO SPETTACOLO E DEL CINEMA si pone l'obiettivo di fornire una adeguata formazione culturale di base, con particolare riferimento all'età contemporanea, e l'acquisizione di competenze storiche e critico-analitiche, per quanto riguarda le discipline della musica, del cinema e dello spettacolo. Ciò attraverso un percorso di studi che da una formazione di carattere generale procede in direzione di una preparazione di tipo più specifico, e che prevede un importante spazio attribuito ad attività esperienziali in modalità telematica (altre conoscenze applicative utili per l'inserimento nel mondo del lavoro) che vedono coinvolti esponenti del mondo dell'arte e dello spettacolo e di importanti aziende del settore.

Il corso di laurea si pone l'obiettivo di formare laureati che abbiano acquisito un'ampia base di conoscenze storiche, teoriche e metodologiche nei settori del teatro, del cinema, delle arti figurative e della musica e maturato adeguate competenze negli ambiti produttivi e organizzativi delle varie pratiche artistiche.

Più in particolare ha lo scopo di offrire:

- ➔ un complesso di conoscenze storico-culturali, di specifiche metodologie di analisi e d'interpretazione, di competenze linguistiche e informatiche che consentano al laureato di acquisire un sapere flessibile, capace di adattarsi alla varietà e al costante mutamento della richiesta del mondo del lavoro negli ambiti della produzione artistica, della comunicazione e dei servizi, organizzazione e promozione di eventi;
- ➔ una preparazione culturale organica che consenta al laureato l'acquisizione di ulteriori competenze, attraverso la frequenza di Corsi di laurea magistrale oppure Corsi professionalizzanti post-laurea.

Obiettivi specifici del percorso formativo sono:

- l'acquisizione di un'ampia base di conoscenze storiche e teoriche negli ambiti dello spettacolo, della musica e delle arti;
- l'acquisizione di avanzati strumenti critici e metodologici di analisi dello spettacolo teatrale, musicale, cinematografico e delle sue interrelazioni sociali e culturali;
- l'acquisizione di un'approfondita conoscenza di una delle lingue europee e della relativa tradizione culturale;
- il potenziamento delle conoscenze della tradizione letteraria italiana e europea e degli strumenti di analisi dei testi letterari, con particolare attenzione alla letteratura teatrale;
- l'acquisizione delle competenze informatiche fondamentali e specifiche in riferimento alle esigenze formative del Corso di studio.

Per raggiungere tali obiettivi formativi il Corso prevede l'attribuzione di un consistente numero di crediti ad insegnamenti caratterizzanti, nei settori del teatro e dello spettacolo, del cinema, della musica e delle arti.

Il consolidamento delle conoscenze della tradizione letteraria e di analisi del testo è fornito dagli insegnamenti dei settori letterari e di teoria del linguaggio; gli insegnamenti nel settore storico e sociale consentono l'acquisizione della conoscenza delle correlazioni storico-sociali dei fenomeni artistici.

Il percorso formativo riserva un significativo numero di crediti all'acquisizione delle competenze di lingua straniera.

Oltre a ciò, sono previsti insegnamenti dell'area informatica visto il rilevante apporto della tecnologia e della multimedialità nella produzione, conservazione, catalogazione e diffusione delle arti e dello spettacolo. La figura professionale in uscita avrà maturato inoltre significative competenze manageriali e gestionali grazie a crediti nei settori del Diritto Commerciale (Contrattualistica e Diritto di Autore), Economia Aziendale, Economia e Gestione delle Imprese.

Durante il percorso formativo, con mirate agevolazioni, lo studente verrà incoraggiato ad usufruire del programma Erasmus, che gli consentirà, fra l'altro, di verificare ed approfondire in modo concreto la sua reale competenza linguistica.

Mediante altre conoscenze applicative utili per l'inserimento nel mondo del lavoro verrà incoraggiata, inoltre, l'utilizzazione concreta delle competenze acquisite e l'attivazione della capacità di adeguare tali competenze alle esigenze di specifici contesti lavorativi.

Tabella Piano di Studio

ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU
ANNO 1	BASE	SPS/08	SOCIOLOGIA DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE	8
	CARATTERIZZANTE	L-FIL-LET/14	NARRATOLOGIA E STORYTELLING	12
	CARATTERIZZANTE	SPS/07	SOCIOLOGIA GENERALE	8
	CARATTERIZZANTE	L-ART/03	ARTE CONTEMPORANEA	12
	CARATTERIZZANTE	L-ART/06	CINEMA, RADIO E TELEVISIONE	8
	CARATTERIZZANTE	L-ART/06	AUDIOVISIVI DIGITALI	8
	AFFINE	SECS-P/08	ECONOMIA DELL'ENTERTAINMENT	6
ANNO 2	BASE	M-STO/04	STORIA CONTEMPORANEA E FONTI AUDIOVISIVE	8
	BASE	M-PSI/06	DINAMICHE PSICOLOGICHE DELLE ORGANIZZAZIONI CREATIVE	8
	CARATTERIZZANTE	M-FIL/05	SEMIOTICA DEL WEB E DEI SOCIAL	12
	CARATTERIZZANTE	L-ART/04	LUOGHI ED EVENTI ESPOSITIVI. TECNICHE ED ORGANIZZAZIONE	8
	CARATTERIZZANTE	L-LIN/12	LINGUA E TRADUZIONE INGLESE	8
	CARATTERIZZANTE	L-ART/05	TEATRO, PERFORMANCE, SPETTACOLO DAL VIVO	8
	CARATTERIZZANTE	L-ART/07	MUSICA E SPETTACOLO	8
ANNO 3	BASE	L-FIL-LET/11	LETTERATURA E MEDIA AUDIOVISIVI	8
	CARATTERIZZANTE	L-LIN/04	LINGUA E TRADUZIONE FRANCESE	8
	AFFINE	SECS-P/07	CREAZIONE E GESTIONE D'IMPRESA CULTURALE	6
	AFFINE	IUS/04	COPYRIGHT ED ELEMENTI DI DIRITTO PER L'IMPRESA CULTURALE	6
	A SCELTA		A SCELTA DELLO STUDENTE	12
	Altre attività	INF/01	INFORMATICA PER IL SETTORE AUDIOVISIVO	10
	Altre attività		ALTRE CONOSCENZE PER IL MDL	4
	Altre attività		PROVA FINALE	4
TOTALE				180

Schede didattiche dei singoli insegnamenti

Denominazione Corso di Laurea “Scienze e tecnologie delle arti, dello spettacolo e del cinema”– Classe L-3

Il percorso di formazione complessivo è stato progettato sulla base dei requisiti previsti dal SUA-CdS .

La progettazione didattica di dettaglio dei singoli insegnamenti di base, caratterizzanti e affini avviene, da parte dei docenti sotto la supervisione del coordinatore del Corso di Laurea, attraverso compilazione delle schede di progettazione. Gli insegnamenti a scelta vengono pianificati ogni entro giugno dell’anno solare di inizio dell’attività accademica.

Di seguito si presentano le schede di progettazione didattica dei singoli corsi per ordine di anno accademico

Denominazione insegnamento	SOCIOLOGIA DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE
Settore disciplinare	SPS/08
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base <input checked="" type="checkbox"/> X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Sociologica e psicologica
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso intende fornire un inquadramento teorico complessivo sulla sociologia della comunicazione, a partire dagli autori classici che hanno definito il concetto di modernità, fino alle concettualizzazioni più avanzate relative ai media digitali. Un obiettivo ulteriore è quello di offrire strumenti teorici, ma anche di tipo applicativo, che possano essere utili per l'analisi socio-comunicativa della società contemporanea in quanto società complessa. Verranno inoltre fornite conoscenze di base sulle principali teorie dei media della comunicazione con un approfondimento sulla realtà dei social media, sul mondo dell'informazione e con un particolare interesse per l'informazione culturale, temi fondamentali per una visione ampia e articolata della realtà comunicativa contemporanea, essenziale per i futuri professionisti della comunicazione.

Risultati di apprendimento attesi

Gli studenti dovranno conseguire:

1. Conoscenze e capacità di comprensione: delle forme e dei linguaggi della comunicazione nella società complessa attraverso l'acquisizione di competenze sui principali modelli e teorie di riferimento in ambito comunicativo.
 - 1.1. Gli studenti conseguono tali conoscenze di base attraverso la frequenza delle lezioni e lo studio dei testi.
2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: attraverso l'abilità ad analizzare i linguaggi dell'informazione e le diverse tipologie di fruizione.
3. Capacità di giudizio: riflessione critica sulle dinamiche evolutive della relazione tra nuove tecnologie mediatiche e società e sulle trasformazioni in atto delle forme della comunicazione interpersonale mediata in pubblico.
 - 3.1. Tale capacità di giudizio dovrà essere applicata nella preparazione dell'esame finale.
4. Abilità comunicative: gli studenti avranno la possibilità, attraverso l'esposizione del materiale didattico e le lezioni, di argomentare utilizzando un linguaggio appropriato coerentemente con le lezioni erogate
5. Capacità di apprendimento: agli studenti vien richiesto di adottare un metodo di apprendimento critico capace di connettere competenze teoriche e analisi empirica, orientandosi alla specificazione di un pensiero autonomo.

Programma didattico

1. Introduzione alla sociologia della comunicazione	38. Il concetto di patchwork e l'information divide.
2. I diagrammi di Schramm	39. Il patchwork raccontato dall'Osservatorio News-Italia
3. Il concetto di feedback	40. Il concetto di prosumer
4. I registri della comunicazione: la sintattica	41. Media mainstream e media non mainstream: il caso dei talk show
5. I registri della comunicazione: la semantica	42. La ricerca sui talk show in Italia

<ul style="list-style-type: none"> 6. La pragmatica della comunicazione 7. Gli assiomi 8. Le patologie della comunicazione pragmatica 9. Assiomi e social media 10. Informazione e comunicazione: due concetti che necessitano di essere chiariti 11. Il concetto di complessità sociale 12. Il concetto di micro-macro link 13. La teoria di Luhmann 14. La teoria di Habermas 15. Sfera pubblica e opinione pubblica 16. Opinione pubblica e rapporto pubblico/privato oggi 17. Introduzione al concetto di modernità 18. La modernità per W. Benjamin 19. La modernità: Benjamin e Simmel a confronto 20. La metropoli come simbolo della modernità secondo Simmel 21. Media e modernità per W. Benjamin 22. La fotografia nella lettura di Benjamin 23. Cinema e teatro nel pensiero di Benjamin 24. La dimensione sociale della comunicazione 25. Introduzione all'evoluzione dei media 26. La società di massa 27. La teoria del proiettile magico 28. Le teorie dell'influenza selettiva 29. Il concetto di opinion leader 30. Le teorie degli effetti a lungo termine 31. L'agenda setting 32. Il concetto di frame 33. L'approccio ai media di M. McLuhan 34. Media caldi e media freddi 35. La forza dei legami: deboli o forti? 36. Le 3 fasi di analisi di Internet 37. Le 6 fasi "tecniche" di Internet 	<ul style="list-style-type: none"> 43. Cultura e media 44. I consumi culturali 45. Il patrimonio culturale e i suoi fruitori 46. L'informazione culturale e museale in Italia 47. Comunicazione e musei 48. Come si comunicano i musei: dati di una ricerca
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 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 sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia 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 attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libri di riferimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mazzoli L., <i>Il patchwork mediale. Comunicazione e informazione fra media tradizionali e media digitali</i>, Franco Angeli, Milano, 2017. 2. Benjamin W., <i>L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica</i>, Einaudi, Torino, 2011. 3. Mazzoli L., <i>Cross-news. L'informazione dai talk Show ai social media</i>, Codice, Torino, 2013. 4. Mazzoli L. (a cura di), <i>Raccontare la cultura</i>, FrancoAngeli, Milano, 2018

Denominazione insegnamento	NARRATOLOGIA E STORYTELLING
Settore disciplinare	FIL-LET/14
Anno di corso	II
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Linguistico Letteraria
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	N.A-

Metodologia di insegnamento	In teledidattica
------------------------------------	------------------

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di descrivere le logiche che diacronicamente, negli ultimi 50 anni, hanno messo in relazione forme di narrazione e di espressione, processi socio-culturali e comportamenti di consumo.

Una relazione che si è manifestata, dagli anni '60 ad oggi, soprattutto a livello narrativo.

Si tratterà pertanto della genesi della rilevanza dello Storytelling, collegata alle dinamiche sociali e aziendali, in particolare nella disciplina del marketing, per poi dare indicazioni di metodi di ingaggio narrativo nei confronti del consumatore.

Questo per cercare di orientare la futura attività professionale degli studenti nell'ambito della comunicazione aziendale o di istituzioni pubbliche.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende fornire le conoscenze necessarie per comprendere la rilevanza della narrazione nella contemporanea società dei consumi. L'importanza dello Storytelling emergerà da uno sguardo diacronico relativo all'evoluzione della società, del marketing e delle organizzazioni aziendali a partire dal secondo dopoguerra. Elementi di narratologia, ma anche di psicologia sociale, verranno trasferiti agli studenti in questo contesto.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel corso saranno esposti numerosi casi applicativi che permetteranno allo studente di rintracciare nella pratica lo studio teorico effettuato. Esempi di comunicazione aziendale e politica, contemporanei e non, verranno analizzati sotto il profilo narrativo e sociologico, laddove vi saranno esercitazioni pratiche dello studente su esempi di comunicazione pubblicitaria.

Autonomia di giudizio

Lo studio delle narrazioni che possono ingaggiare il grande pubblico, comporta impegno ed equilibrio; gli esempi presentati al corso permetteranno allo studente di acquisire autonomia di giudizio, in modo da poter, in futuro, avere elementi per poter analizzare consapevolmente comunicazioni di massa e, se di suo interesse, contribuire con responsabilità alla creazione delle medesime.

Abilità comunicative

Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio scientifico appropriato con una terminologia specialistica. Imparerà anche a presentare con efficacia i suoi elaborati e le sue esposizioni orali.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Presentazione e struttura del corso
2. Nascita del termine Storytelling e sua diffusione.
3. Centralità sociale dello Storytelling.

4. Lo Storytelling e la società dei consumi
5. Il consumatore non soddisfa più bisogni ma ricerca esperienze.
6. Il marketing esperienziale
7. Differenze tra il marketing tradizionale e il marketing esperienziale.
8. Esercitazione n.1
9. Relazione tra narrazione ed esperienza
10. Il consumo è esperienza perché veicolo di narrazioni
11. Il contemporaneo portato simbolico del consumo
12. Colin Campbell e la rilevanza della cultura romantica nei comportamenti di consumo.
13. Le teorie classiche del consumo
14. Karl Marx e Max Weber
15. Georg Simmel e Thorstein Veblen
16. Esercitazione n.2
17. Il consumo come illusione sociale
18. Lo Standard Package
19. Alberoni e i beni di cittadinanza
20. Centralità dei segni e dei racconti nel consumo con la Postmodernità.
21. Jean Baudrillard
22. Michel De Certeau
23. La scuola di Birmingham
24. Esercitazione n.3
25. La contemporaneità
26. Pierre Bourdieu
27. Gilles Lipovetski
28. Zygmunt Bauman
29. Il consumo come incisione sociale
30. Il consumo come diritto di cittadinanza.
31. Vitalità apparente del ritmo del consumo
32. Esercitazione n.4
33. Le strategie aziendali relative al consumo dagli anni '50 ad oggi.

34. La marca come valore identitario come vero valore aggiunto dell'azienda.
35. L'incremento dei consumi per assorbire l'eccesso di offerta.
36. L'emergere del marketing esperienziale e il consumo con valenze esistenziali
37. Il marketing esistenziale
38. Il consumo con valenze esistenziali è promessa di inclusione sociale.
39. Relazione tra obiettivi finanziari aziendali, organizzazione aziendale a rete e vendita di un mondo simbolico.
40. Esercitazione n.5
41. Difficoltà dell'azienda a offrire esperienze gratificanti
42. Insoddisfazione del consumatore legata ad una società con riti liminoidi.
43. L'identità debole del consumatore contemporaneo
44. La ricerca dell'inclusione garantita attraverso il consumo
45. La sua narrazione per rafforzare identità.
46. Esercitazione n.5.
47. Il consumo svincolato da aspetti rituali non può soddisfarci:Bauman ed Ilardi
48. Necessità di vettorializzare le narrazioni del consumo.
49. Lo Storytelling senza direzione è inefficace.
50. Ridare valore al consumo lavorando sulle sue narrazioni
51. Ridare valore alle nostre vite attraverso le narrazioni del consumo.
52. La narrazione del consumo per dischiudere percorsi esistenziali
53. Costruire narrazioni identitarie per esperienze gratificanti e profonde
54. Esercitazione n.6
55. Caratteristiche dell'identità della marca
56. Necessità di comprensione del clima politico, economico e sociale.
57. Credibilità delle narrazioni ed autenticità dell'esperienza
58. L'esperienza autentica come conflitto tra libertà e sicurezza
59. Esperienza autentica come trasformazione
60. Esperienza autentica come illuminazione sul nostro Destino
61. L'esperienza autentica come esperienza narrativamente appropriata.
62. Esercitazione n.7

63. La narratologia alla sua nascita: Vladimir Propp
64. Joseph Campbell
65. Cristopher Vogler e "il viaggio dell'eroe".
66. Cristopher Booker "The seven basic plots"
67. Centralità degli archetipi per la costruzione di storie.
68. Gli archetipi alla base dei racconti identitari
69. Come misurare l'ingaggio e l'efficacia dei racconti identitari.
70. la Mappa delle Narrazioni
71. I sette prototipi identitari: gruppi sociali attratti dai sette archetipi di Booker, connotati a livello psico-sociale
72. Esercitazione n.8

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla digitalizzazione dei media e alla rete Internet;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare singoli media o contenuti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato

	<ul style="list-style-type: none">→ Partecipazione a web conference→ Svolgimento delle prove in itinere con feedback→ Svolgimento della simulazione del test finale <p>Totale : 12ore</p>
Attività di autoapprendimento	<ul style="list-style-type: none">→ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	<p>S. GNASSO-P. IABICHINO, <i>Existential Marketing</i>, Hoepli, Milano, 2014</p>

Denominazione insegnamento	SOCIOLOGIA GENERALE
Settore disciplinare	SPS/07
Anno di corso	I anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base <input checked="" type="checkbox"/> X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Sociologia e Psicologia
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A.-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di fornire un inquadramento complessivo delle problematiche, delle categorie e delle teorie fondamentali elaborate dalla sociologia nel corso della sua evoluzione per la comprensione delle società complesse. La finalità è, inoltre, quella di fornire una conoscenza di base delle riflessioni teoriche sviluppate dal pensiero sociologico intorno alle dinamiche sociali della modernità e, successivamente, della postmodernità. Un obiettivo ulteriore e più specifico riguarda l'acquisizione di conoscenze sulle principali teorie riguardanti le dinamiche e i processi sociali inquadrati secondo la prospettiva e gli approcci della sociologia della comunicazione politica.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione: dei processi e delle dinamiche di interazione tra i soggetti e gli attori sociali delle società complesse (con riferimento anche agli attori politici nei flussi sociocomunicativi); e delle principali teorie sulla società elaborate nell'ambito del pensiero sociologico

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: mediante l'applicazione delle competenze acquisite e delle categorie sociologiche all'analisi e all'osservazione consapevole della realtà sociale (dell'Occidente moderno e della contemporaneità)

Autonomia di giudizio: sviluppo di riflessioni critiche sui contesti collettivi, gli agenti intermedi e gli attori e sistemi sociali, e sulla società contemporanea

Abilità comunicative: acquisizione, per mezzo delle lezioni e del materiale didattico, di un linguaggio comunicativo e di un lessico sociologico coerente con la materia illustrata, e funzionale all'esposizione di questioni riguardanti anche la società odierna

Capacità di apprendimento: si richiede da parte degli studenti una modalità critica di apprendimento in grado di bilanciare capacità teorica e attenzione e sensibilità verso l'osservazione concreta dell'evoluzione dei sistemi sociali

Programma didattico

1. Introduzione alla sociologia generale 2. I concetti della sociologia: azione, relazione, interazione sociale 3. I concetti della sociologia: struttura sociale, attore individuale e attore collettivo 4. I concetti della sociologia: le istituzioni sociali (famiglia, religione e stratificazione sociale) 5. I concetti della sociologia: società, sfera pubblica e opinione pubblica 6. I concetti della sociologia: i media, la comunicazione e la società 7. I concetti della sociologia: attori e processi della politica e società 8. La nascita dello Stato moderno 9. Le teorie dell'evoluzionismo e gli inizi della sociologia scientifica 10. Jeremy Bentham e l'utilitarismo 11. Claude Henri de Saint Simon 12. Auguste Comte 13. Herbert Spencer 14. Alexis de Tocqueville 15. Émile Durkheim: la divisione del lavoro sociale; norme, diritto e società 16. Émile Durkheim: anomia e suicidio; il pensiero corporativo 17. Un sociologo-giurista: Léon Duguit 18. Karl Marx: classi sociali e critica delle ideologie 19. Karl Marx: l'alienazione e il materialismo dialettico 20. Max Weber: tipi ideali, agire sociale e sociologia del potere 21. Max Weber: burocrazia e amministrazione; la sociologia delle religioni 22. Georg Simmel 23. Vilfredo Pareto e l'elitismo 24. La scuola di Chicago (e l'ecologia sociale urbana) 25. Il totalitarismo	26. Lo struttural-funzionalismo 27. Talcott Parsons 28. Lo strutturalismo nella teoria sociologica. Michel Foucault 29. La teoria critica e la Scuola di Francoforte 30. L'interazionismo simbolico. George Herbert Mead 31. La sociologia fenomenologica. Erving Goffman 32. L'etnometodologia 33. Alain Touraine 34. Pierre Bourdieu 35. Anthony Giddens 36. Jürgen Habermas e l'agire comunicativo 37. Niklas Luhmann e la teoria dei sistemi sociali 38. Le organizzazioni nella teoria sociologica 39. <i>Homo oeconomicus</i> e teorie della <i>rational choice</i> 40. Daniel Bell, la critica della teoria critica e la società postindustriale 41. Marshall McLuhan e la Scuola di Toronto 42. Società di massa e industria culturale 43. Il postmoderno 44. Manuel Castells, l'«informazionalismo» e la <i>network society</i> 45. Comunicazione sociale e media 46. Sociologia della politica e comunicazione politica 47. Dalla spirale del silenzio al <i>framing</i> e al clima d'opinione 48. Dalla società di massa alla società senza classi?
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio durante quale il docente formula solitamente tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una tra le 4 possibili risposte; una sola tra esse è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare tanto il grado di comprensione delle nozioni teoriche che 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 la tipologia di competenza critica e l'autonomia di giudizio maturate dallo studente.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Arnaldo Bagnasco, Marzio Barbagli, Alessandro Cavalli, <i>Corso di sociologia</i> , Il Mulino, 2012 → Franco Crespi, <i>Il pensiero sociologico</i> , Il Mulino, 2002 → Paolo Jedlowski, <i>Il mondo in questione</i> , Carocci, 2009 → Massimiliano Panarari, <i>Poteri e Informazione</i> , Le Monnier, 2017

Denominazione insegnamento	ARTE CONTEMPORANEA
Settore disciplinare	L-ART/03
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Cinema, Musica e Spettacolo
Numero di crediti	12 crediti
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso intende offrire agli studenti una panoramica relativa alla storia dell'arte a partire dal XIX secolo fino a giungere ai nostri giorni. Il percorso si snoderà attorno ai segmenti chiave della storia dell'arte contemporanea considerando con particolare rilevanza la fondamentale relazione tra lo sviluppo delle arti e lo sviluppo delle tecnologie medialì. A partire dagli esordi della fotografia e dalla sua relazione con la pittura ottocentesca il corso si snoderà attraverso esempi monografici e sguardi d'insieme fino a giungere all'analisi della complessa e mutevole forma delle arti del XXI secolo. Al corso istituzionale di 52 lezioni saranno affiancati 20 approfondimenti legati ai temi della critica d'arte e del sistema delle arti italiano ed internazionale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

L'insegnamento fornirà agli studenti un solido bagaglio di competenze teorico-pratiche relative sia alle principali direttrici della Storia dell'Arte Contemporanea alla luce delle dinamiche artistiche sociali e medialì relative sia al passato che al momento attuale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel corso saranno esposti numerosi esempi di artisti e movimenti che permetteranno allo studente di comprendere l'evoluzione delle teorie e delle tecniche artistiche fino ai nostri giorni. In particolare, ci si avvarrà di chiari esempi di analisi delle opere d'arte e del loro contesto di creazione dal punto di vista sia artistico che socioculturale.

Autonomia di giudizio

I numerosi esempi presentati durante il corso permetteranno agli studenti di acquisire consapevolezza, autonomia analitica e padronanza di teorie e linguaggi tecnici, in modo da potersi orientare in maniera completa ed esaustiva attraverso gli ultimi due secoli di produzione artistica.

Abilità comunicative

Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio scientifico appropriato con una terminologia specialistica.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Presentazione e struttura del corso2. Il Sistema dell'arte a Parigi nell'800.3. Esposizioni Universali4. Pre Raffaelliti5. Courbet6. Manet7. Impressionismo e Nadar8. Post Impressionismo: la matematica della pittura9. Van Gogh e il Japonisme10. Gauguin Primitivismo11. Art Nouveau12. Picasso gli esordi13. Cubismo14. Espressionismo Francese15. Espressionismo Tedesco16. Kandinskij e il Cavaliere Azzurro17. Malevic e Mondrian18. Il Primo Futurismo19. Futurismo Maturo20. Dadaismo21. Duchamp22. Surrealismo23. Ritorno all'ordine24. Politica e Arte25. Metafisica26. La Biennale di Venezia27. Lucio Fontana e lo Spazialismo28. Alberto Burri Informale Materico29. Espressionismo Astratto: Jackson Pollock30. Arte di tipo americano | <ol style="list-style-type: none">31. Pop Art Rauchenberg e Jasper Johns32. Andy Warhol33. Arte Povera34. Happening e Performance35. Arte Concettuale36. Body Art37. Video Arte internazionale38. La via italiana alla videoarte39. Young British Artist40. Jeff Koons41. Matthew Barney42. Francesco Vezzoli43. Keith Haring44. Banksy e Street Art45. Situazionismo46. Arte Relazionale47. Arte Post ideologica48. Arte Digitale - Post Human49. Arte e Videogames50. Iperrealismo e ritorno alla figurazione51. Contaminazioni del post digitale52. Conclusione del corso <p><u>Le restanti 20 lezioni specialistiche saranno dedicate ad approfondimenti tematici (ancora da stabilire).</u></p> |
|---|---|

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario ricordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Il corso offre le basi per l'indagine storica degli istituti oggetto degli insegnamenti che costituiscono parti integranti del piano di studi.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni Impegno totale stimato: 48
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale :8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Gian Piero Brunetta, <i>Guida alla storia del cinema italiano (1905-2003)</i> , Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2003 → Franco Monteleone, <i>Storia della radio e della televisione in Italia. Costume, società e politica</i> , Venezia, Marsilio, 2001(7 ^a edizione); → Enrico Menduni, <i>Radio e Televisione nel XXI secolo</i> , Bari, Laterza, 2016;

Denominazione insegnamento	CINEMA RADIO TELEVISIONE
Settore disciplinare	L-ART/06
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base x Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Cinema, Musica e Spettacolo
Numero di crediti	8 crediti
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di introdurre gli studenti all'acquisizione di elementi storici, culturali e di costume determinati dall'avvento del cinema, della radio, della televisione e delle incidenze sia sul piano dell'offerta che delle diverse forme di consumo da parte dei fruitori.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

La storia del cinema, della radio e della televisione in Italia costituisce un momento fondativo importante per la comunicazione e i suoi flussi ma anche per la costruzione di una memoria, di un linguaggio e di modelli condivisi. Sulla base di questa teorizzazione le lezioni avranno un taglio combinato ma distinto: uno prevalentemente storico, l'altro specificamente mediale con l'analisi dei format, dei generi e delle narrazioni e, infine, la costruzione di contenuti specificamente dedicati alle piattaforme social e streaming.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche anche in una prospettiva interdisciplinare e intermediale, a vantaggio di una visione storica e della fruizione mediale il più ampia possibile che tenga conto della osmosi tra vecchi e nuovi media fino ai social network.

Autonomia di giudizio

Il corso formerà gli studenti sulla necessità di interpretare l'immagine (fissa e in movimento) come uno strumento di decodifica dei cambiamenti medialità che hanno determinato nuovi canoni, nuove interazioni e nuovi linguaggi e significati nella cultura visuale e convergente del ventunesimo secolo.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

I concetti e gli istituti assimilati attraverso le videolezioni dovranno essere arricchiti e rielaborati dallo studente durante e al termine dell'intero percorso di studi, a beneficio di una più consapevole storicizzazione dei singoli media e dei media nel loro insieme.

Programma didattico

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">53. Elementi di storia del cinema.54. Hollywood anni Trenta, Quaranta e Cinquanta55. Neorealismo italiano.56. Il documentario57. "Nouvelles vagues"58. Generi, film e personaggi59. Hollywood60. Origini e sviluppo della radio in Italia61. La radio come evasione (1924-1929)62. I referendum63. Anatomia del pubblico64. La radio come mezzo di informazione, educazione, intrattenimento (1930-1934)65. La radio in diretta66. Alla ricerca del consenso67. I primi esperimenti della TV68. Gli anni della guerra69. La radio nell'Italia democratica70. Nascita di una grande azienda71. <i>Cari amici vicini e lontani!</i>72. Arriva la TV73. L'invasione delle immagini.74. Il "miracolo" e il suo schermo75. <i>Lascia o Raddoppia?</i> | <ul style="list-style-type: none">76. Modello americano e modello europeo77. La TV pedagogica78. Pulpito e cattedra79. La centralità della RAI80. Tra Chiesa e politica. La TV all'italiana81. I programmi della paleotelevisione82. Il "laboratorio" del secondo canale83. Il modello Bernabei84. Televisione e anni di piombo85. Piccole antenne crescono86. Gender blanding87. La legge di Riforma del '7588. Monopolio in crisi89. Il sistema misto90. La questione del colore91. Mercati e palinsesti92. La serialità televisiva93. Quella parte di televisione chiamata cinema94. Neotelevisione95. Anni '9096. Questioni di post televisione97. Nuove tendenze narrative98. Il digitale99. Cinema, radio e TV nell'era della convergenza100. Social media |
|--|--|

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Il corso offre le basi per l'indagine storica degli istituti oggetto degli insegnamenti che costituiscono parti integranti del piano di studi.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.
Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE)

➔ 48 Videolezioni
Impegno totale stimato: 48

Attività di didattica interattiva (DI)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale <p>Totale :8 ore</p>
Attività di autoapprendimento	<ul style="list-style-type: none"> ➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Gian Piero Brunetta, <i>Guida alla storia del cinema italiano (1905-2003)</i>, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2003 ➔ Franco Monteleone, <i>Storia della radio e della televisione in Italia. Costume, società e politica</i>, Venezia, Marsilio, 2001(7^a edizione); ➔ Enrico Menduni, <i>Radio e Televisione nel XXI secolo</i>, Bari, Laterza, 2016;

Denominazione insegnamento	AUDIOVISIVI DIGITALI
Settore disciplinare	L-ART/ 06
Anno di corso	Primo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Cinema, Musica e Spettacolo
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di introdurre gli studenti all'acquisizione di elementi audiovisivi digitali determinati dall'avvento del cinema, della radio, della televisione e delle incidenze.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere la transizione alle tecnologie digitali che si è dispiegata nella seconda metà del Novecento e che si è diffusa largamente anche attraverso la rete Internet, negli stessi anni aperti all'uso civile. Su questi presupposti il nostro secolo ha sviluppato una digitalizzazione pressoché completa dei media, che è particolarmente importante comprendere in un corso di laurea dedicato alle arti, alla musica e allo spettacolo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica e la ricostruzione storica della digitalizzazione, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni (esse stesse, per la loro natura, un esempio di audiovisivo digitale) e di poter usare consapevolmente le tecnologie digitali, traendone i migliori risultati.

Autonomia di giudizio. Lo studio degli audiovisivi digitali, che vedono il grande pubblico, e lo stesso studente, in una posizione di produttore di contenuti, e non solo di spettatore, comportano responsabilità ed equilibrio; gli esempi adottati nel corso permetteranno allo studente di acquisire una responsabile autonomia di giudizio, in modo da comprendere quali strumenti sono applicabili ai temi di suo interesse, e quali sono le soluzioni più appropriate.

Abilità comunicative. L'audiovisivo è da sempre componente forte della comunicazione e la digitalizzazione ne ha accresciuto la diffusione e le potenzialità. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, ma anche di imparare a presentare adeguatamente i prodotti che andrà a realizzare.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione e struttura del corso 2. Due concetti essenziali: Analogico e digitale 3. Il Novecento, il secolo dei media analogici. Tecnologie e usi sociali 4. Stampa, fotografia, musica | <ol style="list-style-type: none"> 24. Esercitazione numero 3 25. La vita sullo schermo, l'integrazione pubblico e privato, la fase libertaria di Internet. 26. Upload, Download. Quicktime. 27. Streaming. Napster. La "pirateria": pirati e mercanti. La sentenza Napster |
|---|---|

5. Cinema, radio, televisione 6. Nascita del calcolatore elettronico analogico 7. Gli usi militari dei calcolatori elettronici 8. Esercitazione n. 1 9. I computer mainframe e la digitalizzazione 10. Internet, rete militare convertita all'uso civile 11. L'avvento della microelettronica: dalle valvole ai transistor, dai chip ai microchip 12. Applicazioni della microelettronica: stampa, fotografia, musica 13. Applicazioni della microelettronica: televisione, cinema, radio 14. Videoludica 15. Il personal computer. Sistemi operativi e applicativi. Mac e Windows. 16. Esercitazione n. 2 17. Le reti di telecomunicazione: cavi in rame e satellite 18. Le reti di telecomunicazione: fibra ottica, Adsl. 19. Internet 1.0. Il computer si connette a Internet. 20. Il modem. Il transito dei dati dal digitale all'analogico e viceversa 21. Le chat 22. La posta elettronica 23. I browser: Mosaic, Netscape, Explorer e gli altri	28. La bolla speculativa di Internet 1.0, l'11 settembre 2001 e la fine della rete 1.0. 29. Internet 2.0. La collaborazione dell'utente. I blog. Il commercio elettronico 30. Internet mobile e Wi-Fi 31. Dal cellulare allo smartphone 32. Esercitazione n. 4 33. La fotografia digitale 34. La musica digitale 35. L'editoria on line 36. Il cinema digitale - produzione 37. La televisione digitale - produzione 38. La televisione digitale - diffusione 39. Pay Tv, Pay per View, Video on demand 40. Esercitazione n. 5 41. La serialità televisiva e il fandom 42. La diffusione digitale del cinema 43. Lo streaming video e le piattaforme Over The Top 44. You Tube e Vimeo 45. La radio digitale e Spotify 46. Social Network: Facebook, Instagram, Twitter nella filiera dell'audiovisivo 47. I motori di raccomandazione 48. Le Web series
--	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla digitalizzazione dei media e alla rete Internet;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare singoli media o contenuti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Enrico Menduni: Radio e televisione nel XX secolo, Bari, Laterza, 2016.

Denominazione insegnamento	ECONOMIA DELL'ENTERTAINMENT
Settore disciplinare	L-ART/07
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base <input type="checkbox"/> Affine <input checked="" type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Economico giuridica
Numero di crediti	6
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

L'obiettivo del corso è quello di fornire forti competenze economiche e tecnologiche, macroeconomiche e microeconomiche, con riferimento specifico, in questo ultimo caso, alle imprese che operano nel campo ampio dell'industria dell'Entertainment. Con alcuni approfondimenti per i settori più performanti. Lo studente acquisirà competenze nel campo generale dell'economia, in particolare in quello della gestione, organizzazione, finanza e marketing, in ambito internazionale e nazionale e con riferimento ineludibile e specifico agli effetti del passaggio ormai maturato in parte, e in divenire dall'altro, al passaggio dall'ambito analogico a quello digitale. L'offerta formativa si comporrà quindi di un unico curriculum, all'interno del quale verranno trattati i temi generale dell'industria dell'Entertainment, a cominciare dal rapporto triangolare tra arte, spettacolo e industria, con *approfondimenti specifici* inerenti il cinema e la televisione e le loro forme più attuali di produzione e consumo per effetto dell'intervento del digitale, del Protocollo Internet e del web.

Risultati di apprendimento attesi

Il corso fornirà competenze, in generale e ancor più in specificatamente per i settori oggetto di approfondimenti specifici: a chi intende operare ai vari livelli della filiera economico/industriale darà la possibilità di un inserimento attivo:

a. nella produzione ed in particolare nelle metodologie per l'individuazione del *content* (con il relativo seguito realizzativo e di competenze nella misurazione dei costi e delle relative opzioni di coperture finanziarie);

b. nella distribuzione e relative forme di marketing e di conoscenza dei pubblici;

a chi intende operare nella parte creativa, autoriale o attoriale, dell'Entertainment, fornirà la capacità di interlocuzione con la parte industriale/produttiva; necessità sempre più presente ed utile in un settore in cui i due aspetti, quello creativo e quello produttivo, sono sempre più connessi;

a chi intende specializzarsi ulteriormente in uno dei comparti specifici della filiera cinematografica e audiovisiva fornirà la possibilità di approfondimenti e specializzazioni partendo da un forte livello di conoscenze

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso fornirà, assieme agli aspetti teorici e metodologici, degli esempi applicativi in modo che lo studente possa unire la conoscenza acquisita ad una casistica legata alla realtà delle imprese dell'Entertainment ed in particolare dei suoi settori su cui verrà svolta una focalizzazione. Tanto più importante nella misura in cui verranno fornite relazioni su della case history contemporanee e in evoluzione particolarmente importanti e strategiche per l'evoluzione di questo tipo di industria

Autonomia di giudizio

La strumentazione dei fondamentali economici e strutturali dell'industria che verranno forniti, associata alle case history di cui sopra, permetteranno una capacità di giudizio e una capacità di districarsi nel novero di scelte che possono proporsi nella realtà delle vicende economiche dell'industria e delle singole imprese comunque collocate nella filiera produttiva.

Abilità comunicative

L'industria dell'Entertainment ha suo gergo e una sua terminologia, spesso comuni sia a livello internazionale che nazionale, che saranno ben evidenziate e sottolineate nel corso sia in termini lessicali sia come decisive per la successiva introduzione e pratica colloquiale del settore

Capacità di apprendimento

Il corso si avvarrà di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma, per sviluppare la capacità analitica dello studente, per sviluppare la sua capacità di ricerca tramite internet dei siti analitici, pubblicitari e statistici del settore, per dotarlo di una conoscenza ulteriore e complementare a quella del corso

Programma didattico

Aspetti Generali

1. Definizione, Ampiezza, Dinamiche e Valore dell'Industria dell'Entertainment;
2. Valore dell'Industria dell'Entertainment
3. Le imprese e la tendenza alla concentrazione tra analogico e digitale (curva di Anderson), tra oligopolio e oligopsonio;
4. Il ruolo del tempo del consumo e la concorrenza intra e extra mediale;
5. Il ruolo dello spazio del consumo tra analogico e digitale (dal couch potato al multidevice);
6. Gli effetti delle attività di Entertainment sull'Economia: dal moltiplicatore di Keynes al rapporto col ciclo economico;
7. Il rapporto tra arte, creatività e industria e la velocità del cambiamento;
8. Il Rischio dell'impresa (maledizione della prima copia) e del consumatore (bene esperienza);
9. Il Marketing tra analogico e digitale

Focus Cinema, Televisione e Audiovisivo

10. Cinema e Entertainment tra passato, presente e futuro
11. Elementi di Economia del Cinema: la domanda/il consumo e l'offerta/il prodotto
12. L'Impatto sull'Immaginario;
13. L'Impatto su Turismo: Il Cineturismo;
14. Le fasi della filiera produttiva cinematografica e audiovisiva;
15. La fase dello Sviluppo 1: dallo story concept alla sceneggiatura;
16. La fase dello Sviluppo 2: dalla sceneggiatura al piano dei costi;
17. La fase della Preproduzione 1: dalle tre eresia economiche del Cinema al Piano Finanziario;
18. La fase delle Riprese e della postproduzione, ovvero la fabbrica del film;

19. Le Professioni del film: contenuti e peso economico;
20. La fase della Distribuzione: contratti e attività verso il produttore e verso l'esercizio cinematografico
21. La fase dell'Esercizio: la sala cinematografica tra contratti di noleggio e user experience;
22. La catena del valore del film ovvero le finestre di programmazione (window);
23. La televisione e lo schermo televisivo tra criticità e opportunità tecnologiche ;
24. Il Marketing del film e dell'audiovisivo: la fase analogica;
25. Il Marketing del film e dell'audiovisivo : la fase digitale;
26. Il Nuovo Consumo di cinema e prodotti televisivi: il video on demand (VOD);
27. I Nuovi protagonisti OTT (Over the Top): Netflix;
28. I Nuovi protagonisti OTT (Over the Top): Hulu;
29. I Nuovi protagonisti OTT (Over the Top): Amazon Prime, Chili, Rai Play, SkyGo e Infinity
30. I Nuovissimi protagonisti: le Telcoms;
31. Gli On Line Video Aggregator;
32. Cinema / Audiovisivo e Big Data: caratteristiche e importanza;
33. Big Data e Netflix;
34. Big Data e Hulu;
35. Big Data e Legendary Entertainment;
36. Big Data e modelli predittivi del Box Office

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun Raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente_ per_ superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il testo d'esame si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti. Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre. Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 36 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	Redazione di uno o più elaborati Totale : 6 ore
Attività di autoapprendimento	108 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	1. E. Menduni, Entertainment, capitoli 1 e 2 2. G. Celata e R. Gaudio, Economia, Management e Finanza dell'Impresa Cinematografica ed Audiovisiva;

Denominazione insegnamento	DINAMICHE PSICOLOGICHE DELLE ORGANIZZAZIONI CREATIVE
Settore disciplinare	M-PSI/06
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Sociologia e Psicologica
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso ha lo scopo di insegnare agli studenti le prospettive teoriche e le metodologie di intervento relative all'ambito della Psicologia del lavoro e dell'organizzazione. In tal senso, l'obiettivo è quello di formare gli studenti ad utilizzare i principali costrutti della disciplina per analizzare, valutare e supportare le condizioni di lavoro ed organizzative. Gli studenti potranno così accompagnare gli individui, i gruppi, le organizzazioni lungo i processi di lavoro nel loro complesso e nella loro dimensione psicologica.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso consentirà allo studente di conoscere e comprendere i principali concetti e approcci teorici elaborati nell'ambito della Psicologia del lavoro per analizzare le relazioni di interdipendenza tra individuo, compito lavorativo e organizzazione; di conoscere i percorsi (dall'orientamento all'uscita) che caratterizzano l'esperienza di lavoro; di conoscere le dinamiche relazionali che si verificano nei gruppi di lavoro; di conoscere le modalità di analisi ed intervento nel caso di conflitti di lavoro; di conoscere come si può sviluppare la dimensione culturale nei contesti di lavoro; di conoscere le dinamiche di motivazione che orientano i processi di lavoro; di conoscere gli strumenti utili per l'intervento e la prevenzione nei contesti di lavoro.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'insegnamento sarà supportato da continue attività laboratoriali, simulazioni, esercitazioni virtuali, che consentiranno di tradurre le conoscenze teoriche in capacità pratiche. In particolare, lo studente svilupperà capacità relazionali per l'interazione di gruppo e la gestione dei conflitti di lavoro, di supporto al funzionamento dei team work, di analisi dei contesti e delle relazioni di lavoro, di supporto ai processi di ingresso ed uscita nei contesti di lavoro, di scelta degli orientamenti metodologici e strumentali di analisi e intervento in base alle caratteristiche degli specifici contesti.

Autonomia di giudizio

Gli studenti matureranno la capacità critica e di giudizio che consentirà loro di individuare in maniera autonoma gli approcci teorico-metodologici da utilizzare nei diversi contesti di lavoro, sia a livello individuale che gruppale e organizzativo.

Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di comunicare informazioni, idee, problemi, soluzioni, conclusioni personali utilizzando il linguaggio specifico appropriato alle diverse situazioni. In particolare, sarà in grado di interagire in maniera efficace con ulteriori esperti del settore (ad es. colleghi, psicologi senior, medici, operatori, ecc.) attraverso l'uso di un linguaggio scientifico e di strumenti di comunicazione tecnici (relazioni, comunicati, riunioni, report valutativo-diagnostici, ecc.). Saprà utilizzare in forma scritta e orale anche la comunicazione in lingua inglese di settore e saprà adattare i propri interventi (in presenza, online, scritti, orali, ecc.) a seconda

dell'interlocutore. Inoltre, avrà la capacità di adottare un linguaggio divulgativo, che permetta di interloquire con competenza anche con interlocutori fuori del proprio settore.

Capacità di apprendimento

L'insegnamento rappresenta un'esperienza per apprendere i principi fondamentali e gli strumenti di base relativi alla Psicologia del lavoro e delle organizzazioni. L'utilizzo di attività interattive e basate anche sul confronto gruppale stimolerà gli studenti a definire in maniera dinamica i propri obiettivi di apprendimento, a realizzare processi di autoapprendimento continuo, ad utilizzare attività di costante raccolta delle informazioni relative agli studi sul settore di riferimento. L'attenzione a questi processi e l'acquisizione di conoscenze e competenze specifiche consentiranno allo studente di orientarsi rispetto al percorso di magistrale o ad esperienze di apprendimento future.

Programma didattico

1. Che cos'è la Psicologia del Lavoro
2. Livelli di analisi e ambiti di ricerca/intervento della Psicologia del Lavoro
3. Evoluzione della disciplina
4. L'individuo al lavoro e nelle organizzazioni
5. Il lavoro di relazione e di articolazione
6. Il paradigma del lavoro come azione situata
7. Le pratiche lavorative e la conoscenza pratica
8. La motivazione al lavoro
9. Motivazioni intrinseche - estrinseche
10. Le teorie motivazionali di Maslow, Rogers e Herzberg
11. Identità e riconoscimento
12. Individuo, gruppo, organizzazione (relazioni e contesti) -
13. L'analisi della cultura
14. La convivenza lavorativa
15. Cooperazione e conflitto
16. La comunicazione al lavoro
17. Il lavoro di gruppo
18. Il gruppo di lavoro
19. Il conflitto nei gruppi
20. Risoluzione delle dinamiche conflittuali
21. Leadership
22. Modelli di guida delle risorse umane
23. Competenze: definizione e teorie di riferimento
24. La mappatura delle competenze
25. I processi operativi
26. La valutazione del personale
27. La valutazione della posizione
28. La valutazione della prestazione (performance)
29. La valutazione del potenziale
30. Assessment Center
31. Recruitment e Selezione
32. Il lavoratore e i suoi compiti
33. I comportamenti controproduttivi
34. La carriera
35. Empowerment individuale e organizzativo
36. La soddisfazione lavorativa
37. Il colloquio-intervista
38. La formazione
39. Audit dei processi formativi
40. Analisi e definizione dei bisogni formativi
41. Progettazione formativa
42. Metodi e strumenti della formazione
43. Orientamento
44. Mentoring, Tutoring, Coaching
45. Apprendimento: ripetizione vs cambiamento
46. Neuroscienze e apprendimento
47. Socializzazione al lavoro: modelli teorici
48. Orientamento al compito (efficienza operativa) e orientamento alla relazione (efficienza interattiva)

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 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 sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia 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 attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Dispense del docente. → Sarchielli G., Fraccaroli F. (2017). <i>Introduzione alla Psicologia del lavoro</i> . Bologna: Il Mulino → Argentero P. Cortese C.G. (2016), <i>Psicologia del lavoro</i> . Milano: Cortina. → Bruni, A. e Gherardi, S. (2007) <i>Studiare le pratiche lavorative</i> , Bologna, Il Mulino → Hatch, M.J. (2009) <i>Teoria dell'organizzazione</i> , Bologna, Il Mulino

Denominazione insegnamento	SEMIOTICA DEL WEB E DEI SOCIAL NETWORK
Settore disciplinare	M-FIL/ 05
Anno di corso	II Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Linguistico Letteraria
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di offrire agli studenti uno sguardo complessivo sulla semiotica del web e dei social network attraverso lo studio dei contenuti medialti e di quelli creati attraverso il web.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere il significato della semiotica nella cultura contemporanea e particolarmente nello studio dei contenuti medialti e di quelli creati, trasmessi e condivisi attraverso il web. Un particolare focus viene applicato a quella particolare declinazione del Web degli anni Duemila, i social network, che si sono dimostrati una potentissima matrice per la creazione, diffusione, replicazione e modifica di contenuti, in gran parte audiovisivi. Le metodologie che la semiotica ha applicato alla comprensione dei contenuti medialti si sviluppano oggi nel confronto con il web e i

social media, con metodologie particolarmente importanti e utili in un corso di laurea dedicato alle arti, alla musica e allo spettacolo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica: in parte essi sono estratti dagli studi semiologici, in parte rappresentano dei casi di studio tratti dalla più recente produzione nei social network. Ciò permette allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni alla sua esperienza di fruitore e di produttore e dunque di poter usare consapevolmente le metodologie connesse, arricchendo analisi e risultati.

Autonomia di giudizio. La conoscenza della semiotica e delle metodologie connesse rappresenta un significativo apporto all'autonomia di giudizio dello studente e in particolare alla sua capacità di valutare testi ed elaborati audiovisivi. Tale capacità è strettamente connessa all'avanzamento negli studi ma anche al conseguimento di posizioni professionali a contatto con la produzione e diffusione audiovisiva, che richiedono questa specifica capacità di giudizio. Gli esempi adottati nel corso sono finalizzati anche a permettere allo studente la capacità di acquisire e comunicare una valutazione critica sui contenuti, particolarmente nel corso della loro produzione.

Abilità comunicative. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, che gli consenta di intervenire consapevolmente e criticamente nel giudizio sui contenuti audiovisivi presenti nel web e nei social network.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione e struttura del corso 2. La semiotica: concetti generali- 1 3. La semiotica: concetti generali- 2 4. La semiotica: applicazioni allo studio dei media 5. La semiotica: applicazioni allo studio del giornalismo 6. La semiotica: applicazioni alla pubblicità e al marketing. 7. La semiotica dai media al web 8. Esercitazione n. 1 9. Il web: concetti generali 10. Il web 1.0, 2.0 e successivi 11. I mondi virtuali 12. Webcam 13. Blog, blogger, fanzine 14. I social network: nascita e primo sviluppo 15. MySpace - la funzione espressiva 16. Esercitazione n. 2 17. Messenger 18. Facebook - funzione memoriale e funzione connettiva 19. Flickr e gli altri network fotografici 20. YouTube come social network 21. Twitter 22. Instagram 23. L'integrazione con gli smartphone e i tablet 24. Esercitazione n. 3 25. La comunicazione ubiqua: la portabilità. 26. La comunicazione ubiqua: Whatsapp. 27. La comunicazione ubiqua: il cloud 28. Live streaming 29. Facebook, sviluppo e acquisizioni | <ol style="list-style-type: none"> 37. La trasformazione di tutto in social network: gli influencer 38. La trasformazione di tutto in social network: il crowdfunding 39. La trasformazione di tutto in social network: gaming e videogaming 40. Esercitazione n. 5 41. Privato e pubblico, personale e politico 42. La vita sullo schermo. Identità multiple 43. Creazione di gruppi e aggregazioni 44. Amicizie, follower, like, dislike, ban, emoticon 45. L'intimità in rete 46. Le trasformazioni della vita pubblica: la disintermediazione della comunicazione politica 47. Le trasformazioni della vita pubblica: Partiti e organizzazioni in rete 48. Esercitazione n. 6 49. Le trasformazioni della vita pubblica: change.org e le petizioni 50. Le trasformazioni della vita pubblica: i siti comparatori 51. L'autoproduzione di contenuti: diffusione e concetto di "viralità" 52. L'autoproduzione di contenuti: webseries 53. L'autoproduzione di contenuti: i tutorial 54. L'autoproduzione di contenuti: compilation 55. Esercitazione n. 7 56. Eventi e rappresentazione: on line, on air, on site 57. I contenuti del web: patemica, tematica, diegetica 58. Vero, falso, verosimile 59. Concetto di fake. Le "bufale" e la loro circolazione 60. L'erosione della competenza esperta 61. La disintermediazione e le nuove mediazioni |
|---|---|

<p>30. Google, sviluppo e acquisizioni</p> <p>31. Yahoo e gli altri</p> <p>32. Esercitazione n. 4</p> <p>33. La trasformazione di tutto in social network: i giornali, le riviste, i libri</p> <p>34. La trasformazione di tutto in social network: il commercio elettronico e le recensioni</p> <p>35. La trasformazione di tutto in social network: lo spettacolo, la tv</p> <p>36. La trasformazione di tutto in social network: il fandom</p>	<p>62. La cultura algoritmica e il data mining</p> <p>63. Cambridge Analytica e i confini della compravendita dei dati altrui</p> <p>64. Esercitazione numero 8</p> <p>65. Robot e troll, sensori e risposte automatiche. Agenti umani e non umani</p> <p>66. Phishing, furto di dati, sexting, persecuzioni in rete</p> <p>67. Nuove estetiche: estetica del falso tecnologico</p> <p>68. Nuove estetiche: il traballante come veritiero</p> <p>69. Nuove estetiche: il backstage come stage</p> <p>70. Nuove estetiche: la soggettiva come marca di verità</p> <p>71. Nuove estetiche: fuori onda e immagini più o meno fintamente rubate</p> <p>72. Nuove estetiche testimoniali: io c'ero. Conclusione del corso.</p>
---	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla semiotica del web e dei social network;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare l'analisi di singoli contenuti o canali;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 12 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Enrico Menduni, Giacomo Nencioni, Michele Pannozzo, <i>Social Network. Facebook, Twitter, YouTube e gli altri: relazioni sociali, estetica, emozioni</i> , Milano, Mondadori Università, 2011.

Denominazione insegnamento	LUOGHI ED EVENTI ESPOSITIVI. TECNICHE ED ORGANIZZAZIONI
Settore disciplinare	L-ART/04
Anno di corso	Secondo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante X Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Storico-Artistiche
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di avvicinare gli studenti alla conoscenza del linguaggio fotografico e alla sua indispensabile e necessaria esposizione e comunicazione. Riuscire non solo a "leggere" la fotografia ma anche a "leggere" e dunque comprendere e apprezzare le dinamiche e i percorsi di un evento espositivo è il principale obiettivo del corso.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende sviluppare e approfondire le tematiche, gli stili, gli autori e le tendenze della fotografia con uno speciale riguardo al display fotografico, inteso come esposizione e dunque possibile esito naturale di molti contemporanei progetti fotografici. La fotografia e la sua esposizione in luoghi museali, mostre, eventi, saranno quindi l'argomento da studiare e approfondire.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono modulate per fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche per potersi orientare nel mondo della fotografia, e comprenderne consuetudini, le istanze, gli stili e le necessità comunicative ed acquisire le capacità critiche necessarie.

Autonomia di giudizio

Il corso alternerà lezioni in cui la fotografia verrà affrontata e conosciuta alla luce delle sue diverse "dimostrazioni pubbliche" ad altre in cui si affronteranno gli aspetti più prettamente metodologici e pratici che sottendono la cura, la realizzazione e la gestione di un luogo e di un evento espositivo.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato e di comprendere appieno il linguaggio iconico proprio della fotografia e dei suoi contesti.

Capacità di apprendimento

I concetti e gli strumenti assimilati attraverso le videolezioni dovranno essere arricchiti e rielaborati dallo studente durante e al termine dell'intero percorso di studi, a beneficio di una più conoscenza più consapevole del fenomeno e del linguaggio fotografico.

Programma didattico

1-L'arrivo di un nuovo linguaggio: l'invenzione della fotografia (prima metà del XIX secolo) -	25-Spagna 1936: la guerra mai vista prima 26-La celebrazione di un anniversario. I cento anni di
--	---

<p>2- Prime prove e prime “dimostrazioni”: le pionieristiche mostre fotografiche del 1839</p> <p>3-Questioni di sguardi. Ritrattisti nella Parigi del Secondo Ottocento: Nadar e la prima mostra degli Impressionisti</p> <p>4- Ri – vedere il paesaggio: fotografi e vedutisti (da Baldus ai Fratelli Alinari)</p> <p>5- Le grandi esposizioni: la la fotografia alla prima esposizione universale (Londra, 1851) e nei Salons</p> <p>6- La fotografia entra per la prima volta in un museo: la mostra del South Kensington Museum di Londra 1865</p> <p>7- Esercitazione pratica: la “quadreria di immagini”</p> <p>8- Gli usi del linguaggio: la fotografia scientifica e di indagine</p> <p>9- Questione di taglie: La dimensione delle immagini da esposizione: dalla fotografia da cavalletto alle “elephant prints”</p> <p>10- Dalla guerra di Crimea alla Comune di Parigi: la documentazione e l’esposizione della morte</p> <p>11-Un linguaggio di tutti i giorni: la fotografia documenta ed espone la vita quotidiana</p> <p>12- La fotografia come arte. La grande mostra della fotografia pittorialista, Vienna 1891</p> <p>13-Nuove istanze per un nuovo secolo: Stieglitz, <i>Camera Work</i> e le mostre della 291</p> <p>14- Esercitazione: il racconto per immagini</p> <p>15-Documentare, denunciare ed esporre: Riis e Hine</p> <p>16-La rivoluzione del piccolo: la Leica</p> <p>17-Fotografia e cinema d’avanguardia. La grande mostra Film und Foto, Stoccarda, 1929</p> <p>18- La mostra “Murals by American painters and photographers”, MoMA 1932. La fotografia</p>	<p>fotografia nella mostra “Photography 1839-1937”, MoMA 1938</p> <p>27-Le icone della guerra: la persistenza delle forme (Dal D-Day di Capa al Rising Flag di Rosenthal)</p> <p>28-Una mostra per la guerra: “Road to Victory”, 1942</p> <p>29-Ritorno alla vita e bene comune. Neorealismo e dopoguerra in fotografia</p> <p>30-La fotografia “unificatrice”: la grande mostra The Family of Man, 1955</p> <p>31- Esercitazione: il display come “montaggio delle attrazioni”: percorsi emotivi ed espositivi</p> <p>32-Lo spazio bianco del display fotografico: il white cube (mostra “New Documents”, 1962)</p> <p>33-In viaggio con la macchina fotografica: nuovi sguardi e nuovi percorsi (Klein, Frank, Moriyama, Koudelka)</p> <p>34-Display e grande pubblico. La nascita del Centre National de la Photographie di Parigi e la fotografia per tutti</p> <p>35-L’impegno sociale tra documentazione e dimostrazione: l’International Center of Photography</p> <p>36-Nuovi territori: la mostra New Topographics (1975)</p> <p>37-L’Italia si mostra: Viaggio in Italia di Luigi Ghirri e gli altri (mostra 1984)</p> <p>38-Grandi autori, grandi mostre: quando il fotografo diventa curatore (Avedon, Peress)</p> <p>39-Il percorso tematico d’autore. Sebastião Salgado, La mano dell’uomo</p> <p>40-Il display come diario personale: ritratti e autoritratti in mostra (Cindy Sherman, Nan Goldin, Sophie Calle)</p> <p>41- Il display nell’era del digitale: here is new york e il grado zero della fotografia</p> <p>42-L’evento effimero: il ruolo del festival fotografico</p> <p>43-Fotografia e intervento pubblico (Alfredo Jaar, JR, Banksy)</p>
---	--

<p>e il grande formato</p> <p>19-I montaggi fotografici nelle grandi esposizioni internazionali</p> <p>20-La presenza della fotografia nella Mostra della Rivoluzione Fascista, Roma, Palazzo delle Esposizioni 1932. il display come strumento di persuasione</p> <p>21-Esercitazione: i luoghi espositivi. Caratteristiche e specificità</p> <p>22-La nuova documentazione e la nuova oggettività degli anni Trenta</p> <p>23-Narrare la grande Depressione: la Farm Security Administration degli USA</p> <p>24-Il display pubblico: la fotografia e gli spazi pubblicitari (Colorama della Grand Central Station di New York)</p>	<p>44- Spazi pubblici e privati: il display alla prova 45- Mostrare e conservare: le grandi collezioni fotografiche</p> <p>46- Le dimensioni, la tecnica e il mercato: tra stampa vintage, ingrandimento e proiezione</p> <p>47- La comunicazione dell'evento</p> <p>48- Esercitazione: concepire e curare una mostra: dal progetto alla realizzazione</p>
---	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alle tecniche e organizzazione di luoghi ed eventi espositivi;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare l'analisi di singoli contenuti o eventi;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.</p> <p>Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.</p>
Attività di didattica erogativa (DE)	<p>➔ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione</p> <p>Impegno totale stimato: 48 ore</p>

Attività di didattica interattiva (DI)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Testo di riferimento in via di definizione

Denominazione insegnamento	TEATRO, PERFORMANCE, SPETTACOLO DAL VIVO
Settore disciplinare	L-Art/05
Anno di corso	Secondo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante _ Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Cinema, Musica e Spettacolo
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di fornire un panorama della storia del teatro dal quale far emergere alcuni snodi centrali delle teorie e delle pratiche dello spettacolo dal vivo.

Attraverso lo studio delle diverse declinazioni assunte dalle culture performative nel corso dei secoli e nelle diverse tradizioni, dalla celebrazione all'intrattenimento, dalla professione all'arte della scena, si individueranno i principi che le caratterizzano.

Il rapporto del teatro con la storia, con la cultura e con gli altri linguaggi delle arti e dello spettacolo fornirà gli elementi per indagare la specificità della dimensione performativa basata sull'azione dell'attore e sulle tecniche con le quali gestisce la sua presenza.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende fornire le conoscenze necessarie per comprendere la rilevanza delle culture teatrali nel passato e nel presente. La specificità dello spettacolo dal vivo, un tempo opposta alle forme di spettacolo registrato e nell'attualità sempre più contaminata con i linguaggi e gli strumenti della contemporaneità, permette di focalizzare elementi centrali dei meccanismi di finzione e rappresentazione e di comprendere e comparare i processi storici, sociali e culturali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel corso gli esempi di diverse forme di rappresentazione, contemporanee e non, verranno analizzati sotto il profilo storico, estetico e teorico. La conoscenza dei casi e dei fenomeni lontani nel tempo e nello spazio costituisce il presupposto per la comprensione e l'analisi delle forme dello spettacolo dell'attualità.

Autonomia di giudizio

Lo studio della storia del teatro e delle pratiche performative attraverso l'analisi di esempi eterogenei e l'individuazione dei principi ricorrenti permetteranno allo studente di acquisire capacità associativa e autonomia di giudizio, e di sviluppare una capacità di analisi sui processi e sui linguaggi dell'arte, dello spettacolo e della comunicazione.

Abilità comunicative

Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio scientifico appropriato con una terminologia specialistica.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. Presentazione e struttura del corso
2. La cultura teatrale. Metodologia di studio e indipendenza dalla letteratura
3. Il mito delle origini. Teatro e antichità
4. I testi teatrali e gli spazi della rappresentazione
5. Teatri d'Oriente. Miti originari e tradizioni
6. Esercitazione n.1
7. Gli spazi del teatro medievale

8. Teatro, religione e rappresentazione
9. Il rapporto tra teatro e città nel Rinascimento
10. Spazi teatrali e cultura della festa
11. La Commedia dell'arte e la nascita del professionismo teatrale
12. Esercitazione n. 2
13. Il teatro europeo del secolo d'oro: scena e letteratura
14. Molière e la scena francese
15. William Shakespeare e il teatro elisabettiano
16. Il teatro spagnolo
17. Alcuni esempi di drammaturgia: lettura di brani da *Amleto*
18. Esercitazione n. 3
19. La nascita dell'attore moderno
20. Teorie del teatro e della recitazione
21. I generi dello spettacolo dal vivo: la musica, la danza e la prosa
22. La stagione del Grande Attore
23. Alcuni esempi di grandi attrici
24. Esercitazione n. 4
25. L'Ottocento e la moltiplicazione dell'intrattenimento
26. Teatro, cinema, fotografia
27. Dibattito sul realismo
28. Naturalismo e simbolismo come tecniche dell'attore
29. Il teatro come forma d'arte
30. Esercitazione n. 5
31. Il Novecento teatrale
32. Nascita della regia e grandi maestri
33. I libri di teatro: nuovi rapporti tra scena e scrittura
34. Centralità dell'attore e organicità dello spettacolo
35. Grandi spettacoli del primo Novecento: l'esempio russo
36. Esercitazione n. 6
37. La danza nella grande riforma del teatro

38. Il teatro nella storia del Novecento
39. La pedagogia e i processi di trasmissione
40. L'eredità dei maestri
41. Il lavoro sull'attore e il lavoro su di sé
42. Esercitazione n. 7
43. Il secondo Novecento: teatro e performance
44. L'happening e il rapporto tra teatro e arti visive
45. In presenza: la scena nell'era intermediale
46. Il corpo, la voce, lo schermo. Spettacoli della contemporaneità
47. Esercitazione n. 8
48. Conclusioni del corso.

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla storia del teatro;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare singoli casi e fenomeni delle culture performative;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alla analisi di tematiche, soggetti e protagonisti.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore

Attività di didattica interattiva (DI)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale <p>Totale : 8 ore</p>
Attività di autoapprendimento	<ul style="list-style-type: none"> ➔ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Fabrizio Cruciani, Lo Spazio del teatro, Roma-Bari, Laterza, 1992 (e successive edizioni)

Denominazione insegnamento	MUSICA E SPETTACOLO
Settore disciplinare	L-ART/07
Anno di corso	Secondo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base <input checked="" type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Storico Artistica
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di offrire agli studenti uno sguardo complessivo sulla Storia della Musica attraverso lo studio sia delle principali forme musicali che si sono evolute nel tempo sia attraverso lo studio e l'approfondimento delle opere dei principali musicisti che ne hanno segnato le diverse epoche.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso offre allo studente gli strumenti per la comprensione dell'evoluzione del linguaggio musicale dalle origini ai tempi nostri. Lo studio delle fonti e delle forme musicali che si sono sviluppate nei secoli costituisce un arricchimento della formazione generale fornendo allo studente la possibilità di comprendere meglio le motivazioni che hanno portato alle mutazioni storiche e sociali anche attraverso la conoscenza dei mutamenti dei linguaggi musicali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche necessarie per comprendere quali siano le motivazioni che hanno portato alla definizione del linguaggio musicale così come lo conosciamo oggi.

Autonomia di giudizio

Il corso intende fornire le necessarie coordinate per orientare lo studente nella comprensione della musica così come la conosciamo oggi, stimolando, attraverso la personale conoscenza dei diversi linguaggi musicali che si sono evoluti nel tempo, il proprio senso critico. Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare gli aspetti della musica moderna e contemporanea, spiegare le relazioni e le interconnessioni esistenti tra musica, società, politica ed economia nelle diverse epoche storiche, porre in essere una comparazione diacronica evidenziando le differenze tra passato e presente, valutare l'impatto dei mutamenti sociali, politici ed economici anche sull'evoluzione del linguaggio musicale e viceversa.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed appropriato.

Capacità di apprendimento

I concetti e le nozioni assimilate attraverso le videolezioni dovranno essere arricchiti e rielaborati dallo studente durante e al termine dell'intero percorso di studi, a beneficio di una più consapevole storicizzazione del fenomeno musicale.

Programma didattico

1. Fondamenti fisici del suono i suoi elementi costitutivi	25. L'opera e la musica vocale in Europa nel secolo XVII
2. Origini della musica	26. J. S. Bach e G.F. Haendel
3. La musica dei popoli primitivi e dei primi popoli storici	27. L'opera seria e l'opera comica nel settecento
4. La musica nell'antica Grecia e a Roma	28. L'Oratorio
5. L'arte cristiana fino al secolo XI	29. Origini e prime forme della musica strumentale moderna
6. L'arte profana nel primo millennio	30. Il concerto strumentale e la musica violinistica
7. Monodia profana medioevale	31. L'apogeo del clavicembalo e la nascita del pianoforte
8. Guido D'Arezzo e il sistema musicale medioevale	32. Il Barocco in Italia
9. Musica popolare e teatro nel Medioevo	33. F.J. Haydn e W.A. Mozart
10. La musica nel secolo XV	34. L.V. Beethoven
11. La polifonia dalle origini al secolo XIII	35. Il romanticismo: la lirica vocale da camera
12. La polifonia nel secolo XVI	36. Il Romanticismo: la musica strumentale
13. L'Ars Nova	37. L'ottocento musicale italiano
14. Le forme della musica polifonica del cinquecento	38. L'opera in Italia
15. La musica strumentale del cinquecento e del seicento	39. L'opera francese nell'ottocento
16. Gli strumenti ad arco e a corda	40. Il tardo romanticismo tedesco
17. Gli strumenti a fiato	41. Le tendenze innovatrici: i "Cinque"
18. Gli strumenti a percussione	42. Le scuole nazionali
19. Le origini del melodramma	43. La musica in America
20. Origine e primo sviluppo dell'Oratorio	44. Il Novecento storico
21. La scuola romana	45. Il secondo Novecento
22. L'opera napoletana	46. La musica elettronica
23. Sviluppo musicale del melodramma	47. Il Jazz
24. Riforma di Gluck e Calzabigi	48. La Pop music

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso offre allo studente uno sguardo generale sulla Storia della musica fornendogli gli strumenti storici e di indagine necessari ad inquadrare l'evoluzione del linguaggio musicale all'interno del più complesso sviluppo storico, sociale e del costume.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 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 sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia 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.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Testo di riferimento in via di definizione

Denominazione insegnamento	LETTERATURA E MEDIA AUDIOVISIVI
Settore disciplinare	L-FIL-LET/10
Anno di corso	Primo anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base X Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Linguistico Letteraria

Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso si propone di introdurre gli studenti alla comprensione storico-linguistica e all'analisi del testo letterario in ambito italiano ed europeo.. In particolare intende fornire - anche mediante la lettura diretta delle fonti - adeguate conoscenze circa le varie componenti del testo (struttura, stile, lingua, contenuto), in riferimento alla produzione letteraria tra Otto e Novecento.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso offre allo studente gli strumenti per la comprensione dei contesti storici, linguistici e sociali, dai quale nasce e si evolve il genere "romanzo". Lo studio delle fonti e delle principali linee della tradizione narrativa della Modernità costituisce la base di per la comprensione degli istituti letterari, anche in una prospettiva comparatistica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche necessarie ad esercitare l'analisi del testo nella sua complessità e nelle sue evoluzioni, in rapporto alla società.

Autonomia di giudizio

Il corso intende fornire le necessarie coordinate per orientare lo studente nella analisi, comprensione e contestualizzazione dei testi, colti nella loro complessità tematico-formali . Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare gli aspetti di continuità e discontinuità della storia letteraria in età moderna, spiegare le relazioni esistenti tra letteratura, società, nelle diverse epoche storiche, in prospettiva sia diacronica che sincronica.

Abilità comunicative

L'esposizione del materiale didattico e l'ascolto delle lezioni consentiranno agli studenti di argomentare con un lessico preciso ed pertinente.

Capacità di apprendimento

I concetti e le pratiche letterarie assimilati attraverso le videolezioni, dovranno essere arricchiti e rielaborati dallo studente nell'intero percorso di studio, così da raggiungere una comprensione del testo letterario in tutte le sue articolazioni.

Programma didattico Il genere romanzo nella letteratura della Modernità

1	Introduzione al periodo storico-sociale in riferimento alla nascita del genere "romanzo" come espressione della prospettiva borghese.	42	Il romanzo nelle avanguardie novecentesche: Marinetti e i futuristi
2	Classici e Anticlassici	43	Palazzeschi
3	Idealismo e Romanticismo	44	Il fascismo e la guerra: Fenoglio, Petroni
4	Generi in prosa e romanzo come nuova voce delle dinamiche sociali	45	Il dopoguerra e il neorealismo
5	I nuovi modelli narrativi nell'Italia risorgimentale	46	Romanzo e Industria: Ottieri
6	Le narrazioni esemplari della nuova Italia: Manzoni	47	Volponi
7	Le narrazioni esemplari della nuova Italia: Nievo	48	Vittorini
8	Romanzo e società industriale		
9	La nascita della letteratura italiana della Modernità		
10	La polemica antiborghese: gli Scapigliati		
11	La questione della lingua nella nuova Italia		
12	La letteratura popolare: "appendice" e feuilleton		
13	Il genere romanzo in relazione agli altri generi		

<p>letterari</p> <p>14 . L'evoluzione del romanzo nell'Italia postunitaria: il problema del Realismo in età positivista.</p> <p>15 La letteratura alla ricerca del "Vero": veristi e naturalisti</p> <p>16 Verga</p> <p>17 Capuana</p> <p>18 Verso il Novecento: realtà interiore ed esteriore</p> <p>19 Trasformazioni del romanzo nel primo Novecento: la nuova epistemologia.</p> <p>20 Il nuovo romanzo tra spiritualismo, psicologia e psicanalisi.</p> <p>21 D'Annunzio.</p> <p>22 Pirandello.</p> <p>23 Svevo</p> <p>24 Tozzi</p> <p>25 La tradizione dell'espressionismo</p> <p>26 L polemica contro la letteratura borghese e i suoi generi: Dossi</p> <p>27 Gadda e la rivoluzione della forma romanzo</p> <p>28 Gadda e la rivoluzione del linguaggio</p> <p>29 I "nipotini dell'Ingegnere": la tradizione gaddiana nel Novecento.</p> <p>30 Il romanzo tra frammentismo e realismo: i Vociani e la letteratura come etica</p> <p>31 Da Papini a Jahier</p> <p>32 Moravia</p> <p>33 Borgese</p> <p>34 Tra surrealismo e fantastico: il realismo magico di Bontempelli</p> <p>35 Savinio</p> <p>36 Landolfi</p> <p>37 Lo sguardo del Sud: Alvaro e Brancati</p> <p>38 Silone</p> <p>39 Buzzati</p> <p>40 Ortese</p> <p>41 D'Arrigo tra realismo ed espressionismo</p>	
---	--

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun Raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 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 sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia 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 attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Testo di riferimento in via di definizione

Denominazione insegnamento	LINGUA E TRADUZIONE FRANCESE
Settore disciplinare	L-LIN/04
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input checked="" type="checkbox"/> X Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Linguistica Letteraria
Numero di crediti	8
Eventuali propedeuticità	
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso ha come obiettivo l'acquisizione e il consolidamento di un quadro teorico relativo alle tipologie testuali e orali. Inoltre, metterà l'accento sulle caratteristiche sintattiche e lessicali dei testi specialistici in lingua francese ma anche sui vari metodi di interpretazione (a vista, consecutiva e simultanea). Infatti, il corso sarà diviso in due sezioni principali : la traduzione scritta e la traduzione orale, al fine di ottimizzare la comprensione, il lessico relativo all'argomento oggetto dell'interpretazione ma anche di permettere un'analisi precisa delle difficoltà della traduzione stessa. Ci sarà anche una particolare attenzione alla memorizzazione. Si daranno tecniche e consigli per rendere al meglio la resa in francese di un testo, di un video o di un audio cercando di risolvere le varie difficoltà presenti comprese le varianti stilistiche. Il docente fornirà anche indicazioni sulle scelte di traduzione da effettuare in modo da interpretare o tradurre il testo di partenza efficientemente. Infine, il corso darà dei mezzi efficaci per elaborare una documentazione specifica all'argomento che ageverà un'adeguata restituzione del testo di arrivo e nello stesso tempo, faciliterà la memorizzazione del testo. Lo scopo finale è dunque di formare delle figure professionali che padroneggiano le principali tecniche e metodologie traduttive e interpretative sul campo internazionale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso permette allo studente di ottimizzare le sue competenze linguistiche e lessicali ma anche di padroneggiare le varie tecniche di traduzione e interpretazione. Al fine di stimolare la conoscenza e la comprensione, verranno proposti durante le lezioni, vari testi scritti e audio specialistici tratti del mondo reale del lavoro. L'apprendimento sarà inoltre combinato con un approfondimento del lessico innerante al tema trattato in modo da sviluppare le aree di comprensione dello studente.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso sarà diviso in due grandi sezioni : la traduzione scritta e la traduzione orale. Per le traduzioni, le video lezioni proporranno dei testi specialistici attuali destinati a fornire allo studente una solida base di competenze lessicali, culturali e metodologiche. Inoltre, saranno accompagnate di registrazioni atte a sviluppare la capacità di comprensione e la dimestichezza della lingua francese ma anche le varie forme di interpretariato.

Autonomia di giudizio

Il corso intende fornire allo studente delle metodologie e conoscenze specifiche in modo che possa tradurre con adeguatezza e efficienza dei testi o audio specialistici con un approccio critico e giusto, adeguandosi alle esigenze di ogni traduzione in modo da rendere al meglio la resa in francese.

Abilità comunicative

Il materiale didattico che sarà fornito durante l'apprendimento con l'ascolto delle lezioni e registrazioni, nonché gli esercizi proposti, consentiranno allo studente di acquisire le principali strategie traduttive e

interpretative applicate a testi e audio specialistici. Lo studente sarà in grado di padroneggiare le tecniche di traduzione per, a sua volta, applicarle nel suo lavoro.

Capacità di apprendimento

Le video lezioni verranno arricchite di materiali lessicali e tecnici specifici ai testi specialistici e audio in modo che lo studente possa rielaborarle effettuando delle traduzioni consapevoli e precise. Al termine del corso, lo studente padroneggerà le tecniche di traduzione e interpretazione, creando il suo proprio approccio.

Programma didattico

1. La traduzione e l'interpretariato, le varie metodologie.
2. La traduzione letteraria e la traduzione specialistica
3. I vari settori di applicazione della traduzione specialistica.
4. I diversi approcci della traduzione specialistica.
5. Aspetti lessicali e terminologici della lingua specialistica.
6. La lessicologia e l'uso di dizionari specialistici.
7. Le difficoltà inerenti alla traduzione specialistica.
8. Norme e convenzioni della traduzione specialistica.
9. Standard e criteri di qualità professionali.
10. Il profilo del traduttore/interprete specialistico.
11. La traduzione specialistica e la revisione.
12. Gli errori comuni di traduzione.
13. La traduzione scritta in ambito legale. I vari testi da tradurre.
14. La traduzione orale in ambito legale. I vari campi di applicazione.
15. La traduzione legale in ambito internazionale.
16. L'interpretariato legale nel quadro dell'Unione Europea e organismi internazionali.
17. Gli organi di traduzione nell'Unione Europea.
18. La traduzione scritta di una sentenza di diritto internazionale. Teoria.
19. Traduzione scritta di una sentenza di diritto internazionale. Pratica.
20. Traduzione orale di un audio relativo ad una sentenza di diritto internazionale. Teoria.
21. La traduzione scritta di una norma internazionale. Teoria.
22. La traduzione scritta di una norma internazionale. Pratica.
23. la Corte di Giustizia Europea.
24. Gli effetti della sentenza europea sui giudici nazionali.
25. La traduzione di una sentenza della Corte di Giustizia europea. Teoria.
26. La traduzione di una sentenza della Corte di Giustizia europea. Pratica.
27. La traduzione legale in ambito nazionale.
28. La traduzione di un documento ufficiale. Teoria.
29. La traduzione scritta di un documento ufficiale.
30. La figura del mediatore linguistico in ambito ufficiale.
31. La traduzione di un contratto di società.
32. La traduzione scritta di un contratto di srl. Teoria.
33. La traduzione scritta di un contratto di srl. Pratica.
34. La traduzione scritta di un contratto di spa. Teoria.
35. La traduzione scritta di un contratto di spa. Pratica.
36. La traduzione scritta di un contratto di associazione. Teoria.
37. La traduzione scritta di un contratto di associazione. Pratica.
38. Traduzione di una lettera commerciale. Teoria.
39. Traduzione di una lettera commerciale. Pratica.
40. La traduzione orale di un intervento in una fiera internazionale.
41. La traduzione di un atto notarile. Teoria.
42. La traduzione di un atto notarile. Pratica.
43. La traduzione di un atto civile. Teoria.
44. La traduzione di un atto civile. Pratica.
45. La traduzione di una sentenza dichiarativa. Teoria.
46. La traduzione di una sentenza dichiarativa. Pratica.
47. La traduzione di una sentenza di condanna. Teoria.
48. La traduzione di una sentenza di condanna. Pratica.

Modalità di raccordo con altri insegnamenti

Il corso offre agli studenti gli strumenti e le tecniche per la traduzione di testi specialistici in lingua francese riconducibili al dominio dell'economia e finanza e del diritto, pertanto si collega agli insegnamenti di lingua francese e di Linguaggio Specialistico Aziendale, dell'economia e del commercio in lingua francese, che

risultano propedeutici per l'acquisizione delle abilità linguistiche in lingua francese e del lessico specialistico. Il corso si raccorda inoltre con gli insegnamenti in lingua italiana afferenti ai domini dell'economia e del diritto.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

L'esame dovrà essere sostenuto in forma scritta e orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti invece, potranno essere sostenuti nelle sia sede centrale che nelle sede periferiche.

L'esame orale consisterà in un colloquio nel corso del quale lo studente dovrà eseguire un esercizio di traduzione e nello specifico di interpretariato. Al momento dell'esame, il docente sceglierà la tecnica (a voce, simultanea o consecutiva). La prova servirà a valutare il grado di competenza, comprensione e autonomia dello studente ma anche l'adeguatezza della sua traduzione rispetto all'audio di partenza.

L'esame scritto verrà su uno dei temi studiati durante le video lezioni in modo da verificare l'acquisizione delle competenze e conoscenze linguistiche proprie al campo specialistico.

Ci saranno due prove (due di traduzione scritta e due di traduzione orale) in itinere al primo e secondo trimestre e un esame finale.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 8 ore
Attività di autoapprendimento	→ 144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Testo di riferimento in via di definizione

Denominazione insegnamento	STRATEGIE DELLE RICERCHE DI OPINIONE E DEI CONSUMI
Settore disciplinare	SPS/08
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante <input type="checkbox"/> Base _ Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente X
Area di apprendimento	Cinema fotografia e televisione
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

L'obiettivo del corso è quello di fornire forti metodologie e tecniche propedeutiche alla comprensione, analisi e realizzazione di ricerche socio-economiche. Lo studente acquisirà competenze nel campo della metodologia della ricerca sociale, dell'analisi politico-economica, del

marketing, della comunicazione con particolare riferimento alla gestione della crisi (old media- new media), alla costruzione della “brand identity” e al posizionamento del prodotto nel mercato di riferimento.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a analizzare i mutamenti della società e in particolare dei consumatori finali, dei decision maker e opinion leader del settore pubblico e privato.

L'approccio teorico affrontati i seguenti temi:

- Storia delle ricerche di marketing e di opinione pubblica;
- Principali strumenti applicati all'analisi e allo studio del marketing;
- Principali strumenti applicati all'analisi e allo studio dell'opinione pubblica;

Durante il corso verranno illustrati i principali metodi e le principali tecniche di ricerca quali-quantitative nel campo delle scienze sociali, politiche ed economiche come:

- Focus on: Il Mystery Client e il Mystery Shopper;
- Le ricerche quantitative: la metodologia C.A.TI. (Computer-Assisted Telephone Interviewing);
- Le ricerche quantitative: la metodologia C.A.W.I. (Computer-Assisted Web Interviewing);
- Le ricerche quantitative: la metodologia C.A.M.I. (Computer-Assisted Mobile Interviewing);
- Le ricerche quantitative: la metodologia C.A.P.I. (Computer-Assisted Personal Interviewing);
- Le ricerche qualitative: i focus group ;
- Le ricerche qualitative: le interviste in profondità;

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Per consentire allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni, nel corso sono presenti numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica. Per implementare la capacità di applicare conoscenza e comprensione verrà data particolare importanza all'impostazione del questionario, la stesura delle domande e alla lettura dei dati raccolti. Per completare il percorso di ricerca verrà data particolare attenzione alla presentazione dei risultati: dai grafici al commento dei dati.

Autonomia di giudizio. La conoscenza delle metodologie e delle tecniche connesse ai consumi mediatici e non rappresenta un significativo apporto all'autonomia di giudizio dello studente e in particolare alla sua capacità di valutare l'impatto dei prodotti sul mercato e sulle dinamiche socio-economiche. Gli esempi adottati nel corso sono finalizzati anche a permettere allo studente la capacità di acquisire e comunicare una valutazione critica sugli studi proposti dai principali mass media nazionali e internazionali.

Abilità comunicative. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, che gli consenta di intervenire consapevolmente e criticamente nel giudizio sulle analisi e sulle ricerche pubblicate sui principali mezzi di comunicazione e nei social network.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

1. PRESENTAZIONE E STRUTTURA DEL CORSO
2. STORIA DELLE RICERCHE DI OPINIONE E DEI CONSUMI- 1
3. STORIA DELLE RICERCHE DI OPINIONE E DEI CONSUMI - 2
4. METODOLOGIE DELLA RICERCA SOCIALE: APPLICAZIONI ALLO STUDIO DEL MERCATO ECONOMICO
5. METODOLOGIE DELLA RICERCA SOCIALE: APPLICAZIONI ALLO STUDIO DELLE DINAMICHE SOCIALI
6. METODOLOGIE DELLA RICERCA SOCIALE: APPLICAZIONI ALLO STUDIO DELLE DINAMICHE POLITICHE
7. **ESERCITAZIONE N. 1**
8. LE RICERCHE SOCIALI
9. GLI STRUMENTI QUALITATIVI E QUANTITATIVI
10. I SONDAGGI: COMPrensIONE E PREVISIONE
11. I SONDAGGI QUALI-QUANTITATIVI
12. LE TIPOLOGIE DI SONDAGGIO
13. BENCHMARK, TRACKING, QUICK RESPONSE
14. **ESERCITAZIONE N. 2**
15. FOCUS GROUP, PUSH
16. IL CAMPIONE: QUANTI CASI E PERCHE'?
17. IL QUESTIONARIO
18. LE FASI DELLA RICERCA
19. APPROCCIO ALLA MISURAZIONE
20. RACCOLTA DEI DATI
21. **ESERCITAZIONE N. 3**
22. ELABORAZIONE DATI E GRAFICI
23. STESURA DEL RAPPORTO
24. PRESENTAZIONE DEI RISULTATI
25. CUSTOMER SATISFACTION E CUSTOMER EXPERIENCE
26. PEOPLE SATISFACTION: MISURAZIONE CLIMA INTERNO E GESTIONE DEL CLIENTE
27. COMUNICAZIONE, BRAND E MADE IN ITALY
28. **ESERCITAZIONE N. 4**
29. NUOVI MODELLI DI COMUNICAZIONE INTEGRATA
30. STRATEGIE E TECNICHE DI COMUNICAZIONE STRATEGICA
31. NEWSWEBBING USER MODEL E IL NUOVO RUOLO DEL CONSUMATORE MEDIALE
32. LA GESTIONE DELLA CRISI COMUNICAZIONALE
33. CASI STUDIO ED ESEMPI DI COMUNICAZIONE VINCENTE DEL MADE IN ITALY
34. ANALISI E PROBLEM SOLVING: ESERCITAZIONE INTERATTIVA
35. **ESERCITAZIONE N. 5**
36. LA GESTIONE DELLA REPUTAZIONE
37. LO STUDIO, IL MONITORAGGIO E LA GESTIONE DELL'OPINIONE PUBBLICA
38. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
39. LA GESTIONE DELLA CRISI SU MEDIA TRADIZIONALI E SOCIAL NETWORK
40. -ANALISI E MONITORAGGIO DEL WEB
41. LA CAMPAGNA ELETTORALE
42. **ESERCITAZIONE N. 6**
43. LINEE GENERALI: LA PERCEZIONE DELLA POLITICA
44. MODELLO GENERALE DELLA CAMPAGNA:
45. ELEMENTI
46. MODELLO GENERALE DELLA CAMPAGNA:
47. AZIONI
48. A) TECNICHE TRADIZIONALI
49. -IL PORTA A PORTA
50. -I COMIZI
51. -GLI INCONTRI CON GRUPPI E MOVIMENTI
52. -FESTE
53. -MANIFESTI
54. -SANTINI , VOLANTINI
55. GADGET
56. **ESERCITAZIONE N. 7**
57. B) TECNICHE AUDIOVISIVE
58. -OCCUPAZIONE DI SPAZI GRATUITI
59. -TRIBUNE AUTOGESTITE O A PAGAMENTO
60. -SPOT

- 61. -LA PARTECIPAZIONE A PROGRAMMI
- 62. C) TECNICHE DI MARKETING DIRETTO

<ul style="list-style-type: none"> 63. -POSTA 64. -MAILING 65. -TELEMARKETING 66. ESERCITAZIONE N. 8 67. LA SCELTA DEI "TARGET" PRIORITARI. 68. I "TARGET NATURALI" O "IL VOTO DI PIETRA" 69. I "LEADER DI OPINIONE", IL "FLOTTERS", 70. GLI "ELETTORI CRITICI". 71. LOGISTICA E ORGANIZZAZIONE 72. LA STRATEGIA ELETTORALE

Modalità di raccordo con altri insegnamenti

Nessun Raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orai o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alle tecniche di ricerca sociale;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare l'analisi dello scenario di riferimento;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

<p>Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti</p>	<p>L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.</p>
<p>Attività di didattica erogativa (DE)</p>	<p>➔ 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore</p>

Attività di didattica interattiva (DI)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 12 ore
Attività di autoapprendimento	➔ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ Giornalismo, informazione e comunicazione, Marsilio Venezia 2014.



Denominazione insegnamento	CREAZIONE E GESTIONE D'IMPRESA CULTURALE
Settore disciplinare	SECS-P/07
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante Base <input type="checkbox"/> Affine <input checked="" type="checkbox"/> A scelta studente <input type="checkbox"/>
Area di apprendimento	Economico Giuridico
Numero di crediti	6
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell'impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all'interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali. In particolare, nella prima parte dell'insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell'ambiente competitivo e dell'analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell'ottica della sostenibilità.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. L'insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento. Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all'analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell'impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l'impresa e gli stakeholder di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. L'insegnamento, mediante l'impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche di

base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per la soluzione delle problematiche d'impresa.

Autonomia di giudizio: Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzioni che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa.

Abilità comunicative. L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'espone le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare.

Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

Programma didattico

<ol style="list-style-type: none"> 1. Le risorse nel sistema Impresa 2. Le competenze 3. Il sistema Impresa e l'ambiente competitivo 4. L'impresa proattiva 5. Gli stili Manageriali 6. I Compiti del Manager 7. Il concetto di Strategia 8. Uno schema per l'analisi strategica 9. La pianificazione strategica 10. Gli schemi organizzativi 11. La progettazione organizzativa 12. Il legame tra strategia e struttura 13. La strat. a livello corporate 14. Le Strategie di crescita 15. Strategie di diversificazione 16. Il Vantaggio Competitivo 17. Le determinanti il V.C. 18. Le strategie competitive 19. La catena del valore. 20. L'analisi dei concorrenti 21. L'analisi del settore 22. La struttura del settore 23. Le barriere all'entrata 24. L'ASA 	<ol style="list-style-type: none"> 25. La gestione strategica della ASA 26. Modelli di portafoglio 27. Le implicazioni strategiche delle matrici 28. Strategie competitive e creazione di valore 29. Un'applicazione della catena del valore 30. Le imprese benefit 31. Strategie di marketing sostenibile 32. Percorsi strategici nell'orientamento alla sostenibilità 33. Un modello di business sostenibile 34. Il caso del settore turismo 35. Le start up d'impresa 36. Business plan e start up
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti. Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 36 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 6ore
Attività di autoapprendimento	➔ 108ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	➔ F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d'Impresa, McGraw-Hill, 2017. ➔ A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.

Denominazione insegnamento	COPYRIGHT ED ELEMENTI DI DIRITTO PER L'IMPRESA CULTURALE
Settore disciplinare	IUS/04
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante Base <input type="checkbox"/> Affine <input checked="" type="checkbox"/> A scelta studente _
Area di apprendimento	Economico Giuridico
Numero di crediti	6
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Obiettivo dell'insegnamento è fornire gli elementi di base di conoscenza del diritto commerciale e industriale in relazione alla disciplina dell'imprenditore, delle società di persone e di capitali con specifico riferimento alla tutela dei diritti dei marchi e dei brevetti.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere gli aspetti principali degli istituti che regolano il diritto commerciale in riferimento all'imprenditore, alle società di persone e di capitali. Specifica attenzione è dedicata al Diritto Industriale per la Tutela della proprietà industriale in chiave comparata.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il corso, anche attraverso l'analisi di documenti tipo (delibere, atti costitutivi, statuti, ricerche di anteriorità, titoli di proprietà industriale), è finalizzato a fornire

strumenti di analisi e valutazione degli effetti connessi alle varie decisioni della vita dell'impresa e alle relative forme di pubblicità e tutela.

Autonomia di giudizio: Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti giuridici, lo studente potrà migliorare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione alla selezione degli atti rilevanti per le varie decisioni dell'impresa.

Abilità comunicative. La presentazione dei profili tecnici connessi al diritto commerciale sarà svolta in modo da consentire l'acquisizione della padronanza di un linguaggio tecnico e di una terminologia specialistica adeguati. Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (documenti ufficiali, articoli di riviste e quotidiani economici) in modo da sviluppare le capacità applicative.

Programma didattico

<ol style="list-style-type: none">1. Introduzione alla proprietà intellettuale2. I fondamenti costituzionali e la normativa euro unitaria3. I beni immateriali ed i profili economici evolutivi della proprietà intellettuale4. Diritto d'autore e diritto industriale: oggetto e differenze fondamentali di disciplina5. Evoluzione storica e prospettiva comparata della proprietà intellettuale6. La dimensione internazionale della proprietà intellettuale7. Il titolo d'acquisto e la SIAE8. L'autore9. Il carattere creativo10. Le opere protette e il diritto d'autore d'impresa11. I diritti morali e i diritti di utilizzazione economica12. L'alienazione dei diritti e i contratti13. I diritti connessi14. Le violazioni del diritto e le difese civili15. Diritto d'autore e Internet16. Elementi di diritto commerciale17. L'imprenditore18. Le categorie di imprenditore: piccolo imprenditore e imprenditore commerciale19. L'imprenditore agricolo20. Lo statuto dell'imprenditore commerciale21. L'azienda22. Nozione di società e principi generali23. Le società di persone: disciplina generale24. Le società di persone: posizione dei creditori, amministrazione e rappresentanza, modificazioni all'atto costitutivo25. La società in accomandita semplice26. La società per azioni: nozione e caratteri essenziali27. La costituzione della società per azioni28. La società a responsabilità limitata: nozione, profili generali ed atto costitutivo	<ol style="list-style-type: none">29. Società a responsabilità limitata semplificata e a capitale ridotto: profili generali30. S.r.l.s. e a capitale ridotto: la disciplina relativa al capitale sociale ed il passaggio da s.r.l.s. a s.r.l. e viceversa31. La s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro. Operazioni straordinarie nella s.r.l.s. e s.r.l. con capitale inferiore a 10.000 euro32. Start-up innovativa ed incubatore certificato: profili generali33. Start-up: deroghe al diritto societario34. Start-up innovative s.r.l.: struttura finanziaria e particolari casi applicativi. Start-up e crowdfunding come modalità di finanziamento: la evoluzione legislativa35. Il crowdfunding36. I segni distintivi
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti. Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	➔ 36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 36 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	➔ Redazione di un elaborato ➔ Partecipazione a web conference ➔ Svolgimento delle prove in itinere con feedback ➔ Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 6ore
Attività di autoapprendimento	➔ 108ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	A. Vanzetti e D. Di Cataldo, Manuale di diritto industriale, ultima ed., Giuffrè,

Denominazione insegnamento	CINEMA ITALIANO
Settore disciplinare	L-ART/06
Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Caratterizzante Base <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> A scelta studente X
Area di apprendimento	Cinema fotografia e televisione
Numero di crediti	12
Eventuali propedeuticità	N.A-
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti

Il corso intende fornire agli studenti gli strumenti critici necessari al conseguimento dell'obiettivo di una lettura del cinema italiano in chiave storica e artistica. L'allievo deve intendere il cinema italiano all'interno della storia dell'arte (e non solo delle arti) come messa a fuoco del rapporto tra società e percezione estetica. Il cinema come specchio della società italiana è anche il cinema come luogo della percezione che l'arte cinematografica esercita sul contesto antropologico e culturale. L'allievo deve quindi distinguere i punti di vista metodologici, in funzione di un approccio alla materia che metta in risalto lo specifico artistico che l'arte cinematografica seleziona e raffigura in riferimento all'ethos nazionale.

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere la storia e il significato artistico e culturale del cinema italiano. Un particolare focus viene applicato alla questione del cinema italiano come arte cinematografica, ossia del posto che il cinema occupa all'interno della storia dell'arte, in particolare nel contesto di ricezione italiano. Le poetiche riguardanti i generi e gli autori, gli stili e i filoni, vengono così affrontate all'interno della questione di un'arte cinematografica italiana che intende rappresentare la complessità della storia e del costume nazionali, in riferimento, là dove possibile, anche agli altri linguaggi dell'espressione artistica e dei media, nuovi e tradizionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica, tratti naturalmente dai testi audiovisivi corrispondenti allo spirito del corso, e dalle fonti letterarie e storiografiche utili alla contestualizzazione del discorso didattico. Ciò permette allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni alla sua esperienza di fruitore, spettatore e di produttore, e dunque di poter usare consapevolmente le metodologie connesse, arricchendo analisi e risultati.

Autonomia di giudizio. La conoscenza del carattere storico, artistico e culturale del cinema italiano rappresenta un significativo apporto all'autonomia di giudizio dello studente e in particolare alla sua capacità di valutare testi ed elaborati sia verbali, che iconici quanto audiovisivi. Capacità analitiche attraverso cui trarre dall'analisi del testo, verbale e non verbale, gli elementi necessari a un giudizio critico ponderato sulle modalità di raffigurazione e rappresentazione che la cultura e società italiane hanno proposto di se stesse attraverso il cinema e l'audiovisivo in generale.

Abilità comunicative. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, che gli consenta di intervenire consapevolmente e criticamente nel giudizio sui contenuti proposti.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentazione e struttura del corso 2. Funzione "illustrativa" del linguaggio cinematografico delle origini. 3. La produzione nel cinema italiano delle origini. 4. Il caso "Cabiria" 5. Il cinema italiano degli anni '30: propaganda esplicita e silenziosa. 6. Alessandro Blasetti. 7. La nascita di Cinecittà. 8. Esercitazione n. 1 9. La temperie storica e culturale del neorealismo 10. Gli autori neorealisti: Visconti 11. Gli autori neorealisti: Rossellini 12. Gli autori neorealisti: De Sica 13. Gli autori neorealisti: De Santis 14. Esercitazione n. 2 15. Oltre il neorealismo: una società nuova 16. Esercitazione n.3 17. Federico Fellini 18. Michelangelo Antonioni 19. Gli anni '50: tra restaurazione e nuovo impegno 20. Il neorealismo rosa 21. La struttura dei generi cinematografici italiani 22. Nascita di un nuovo divismo 23. L'attività produttiva negli anni '50. 24. Esercitazione n. 3 25. Il valore storico, antropologico e sociale della commedia cinematografica italiana - 1 26. Il valore storico, antropologico e sociale della commedia cinematografica italiana - 2 27. Il melodramma cinematografico italiano 28. Gli autori post-neorealisti: Lattuada e Zampa 29. Gli autori post-neorealisti: Bolognini e Zurlini 30. Mario Monicelli 31. Dino Risi 32. Esercitazione n. 4 33. La società italiana degli anni '60 34. Pier Paolo Pasolini e il cinema 35. Marco Ferreri e l'eredità del surrealismo 36. Francesco Rosi e il cinema civile 	<ol style="list-style-type: none"> 37. 1960: La dolce vita 38. 1960: L'avventura 39. 1960: Rocco e i suoi fratelli 40. Esercitazione n. 5 41. La nuova legge sul cinema del 1965 42. La generazione della poesia e della rabbia 43. Bernardo Bertolucci 44. Marco Bellocchio 45. Le trasformazioni della vita pubblica: la società dell'<i>edoné</i> e del consumismo. 46. L'attività produttiva italiana negli anni '60. 47. La distribuzione: le sale e il pubblico. 48. Esercitazione n. 6 49. Il 1968 e il cinema 50. La società italiana negli anni '70 51. Elio Petri 52. Il caso Gian Maria Volontè 53. Liliana Cavani 54. Ettore Scola e l'evoluzione della commedia 55. Esercitazione n. 7 56. Il cinema dei fratelli Taviani 57. Il caso Nanni Moretti 58. Il cinema nella storia dell'arte di Giulio Carlo Argan - 1 59. Il cinema nella storia dell'arte di Giulio Carlo Argan - 2 60. Il cinema nella storia dell'arte di Giulio Carlo Argan - 3 61. Il cinema nel pensiero di Cesare Brandi 62. La critica cinematografica italiana 1 63. La critica cinematografica italiana 2 64. Esercitazione n.8 65. L'età della televisione 66. Estetiche dell'effimero e del disimpegno 67. La Mostra del cinema di Venezia 68. Gli Oscar del cinema italiano 69. Il cinema "italiano" di Martin Scorsese 70. Giuseppe Tornatore 71. Roberto Benigni 72. Conclusione del corso
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Nessun raccordo

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla storia del cinema italiano;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare l'analisi di singoli periodi o autori;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alla valutazione di autori, tematiche, soggetti, periodi, interpreti, registi.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 12 ore
Attività di autoapprendimento	→ 216 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento	→ Flavio De Bernardinis, <i>Arte cinematografica. Il ciclo storico del cinema da Argan a Scorsese</i> , Lindau, Torino, 2017.

Denominazione insegnamento	ABILITA' INFORMATICHE E TELEMATICHE
Settore disciplinare	INF/01

Anno di corso	Terzo Anno
Tipologia di attività formativa	Base _ Caratterizzante _ Affine _ A scelta studente _ Altre attività X
Area di apprendimento	RELAZIONALE APPLICATIVA
Numero di crediti	3
Eventuali propedeuticità	Nessuna
Metodologia di insegnamento	In teledidattica

Obiettivi formativi per il raggiungimento dei risultati di apprendimento previsti nella Scheda SUA

Il corso si pone l'obiettivo di sistematizzare le conoscenze necessarie per un utilizzo consapevole degli strumenti informatici. Ciò avviene sia attraverso un inquadramento generale delle tematiche di base della tecnologia informatica sia mediante un'analisi delle funzionalità offerte dai principali strumenti di produttività individuale.

Risultati di apprendimento attesi
--

Conoscenza e capacità di comprensione. Il corso intende fornire le conoscenze di base metodologiche dei sistemi informativi utili per comprendere e gestire le realtà aziendali.

Un'attenzione specifica è dedicata alle diverse fonti disponibili in ambito nazionale e internazionale, per orientare l'utente nell'ambito delle molteplici banche dati, utili all'analisi del settore.

Lo studio di tali tematiche permetterà allo studente di comprendere quali strumenti applicare per l'analisi dei dati a disposizione, e di interpretare correttamente la realtà sotto studio.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Nel corso sono presenti molteplici esercizi applicativi che affiancano gli argomenti metodologici, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso durante le lezioni, con l'obiettivo di usare empiricamente le formule presentate e, soprattutto, interpretare i risultati statistici ottenuti. Vengono inoltre fornite conoscenze basilari di programmi informatici e strumenti web, per una migliore comprensione e applicazione di quanto appreso nel corso.

Autonomia di giudizio: Lo studio degli strumenti statistici, in un'ottica critica applicativa, affiancato da esempi ed esercitazioni, permetterà allo studente di acquisire e migliorare la propria capacità di giudizio. In questo modo egli sarà capace di comprendere quale strumento è più appropriato all'analisi in oggetto e come interpretare correttamente i risultati ottenuti.

Abilità comunicative. La presentazione e il commento durante il corso di alcuni rapporti statistici connessi al settore del turismo, permette di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e di una terminologia specialistica adeguata all'argomento.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolata attraverso la didattica interattiva, con la redazione di elaborati da parte dello studente e l'accesso alla videoconferenza. Si forniscono inoltre le basi tecniche di alcuni strumenti informatici (Excel e Moduli Google) per migliorare e stimolare le capacità comunicative.

Capacità di apprendimento. La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti ufficiali, articoli di riviste e link a siti specifici, permettono di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

Programma didattico

<ol style="list-style-type: none"> 1. Le presentazioni 2. Il foglio di calcolo 3. L'elaborazione dei testi 4. Concetti di base dell'informatica: algoritmi, hardware e software 5. Concetti fondamentali dell'informatica (workbook) 6. Algoritmi, hardware e software 7. Reti, ergonomia, ambiente 8. Reti, servizi e basi dati (workbook) 9. Sicurezza, aspetti giuridici 10. Ms word 2007 11. Il lavoro di gruppo. Le attività ripetitive 12. Le operazioni sui files 13. L'elaborazione dei testi (workbook) 14. L'elaborazione dei testi. Le operazioni sui file 15. I fogli di calcolo - caratteristiche e utilizzi 16. Il foglio di calcolo - funzioni e grafici 17. Il foglio di calcolo - esercitazioni 18. Il foglio di calcolo (workbook) 19. Le presentazioni - concetti e strumenti 20. Le presentazioni - powerpoint 2007 21. Powerpoint 2007 - utilizzi specifici 22. Le presentazioni (workbook) 	<ol style="list-style-type: none"> 23. RETI, SERVIZI E BASI DATI. LE RETI TELEMATICHE 24. RETI, SERVIZI E BASI DATI - I SERVIZI SU WEB 25. RETI, SERVIZI E BASI DI DATI - LE BASI DI DATI 26. Il commercio elettronico 27. Il commercio elettronico 28. I social media 29. I social media 30. Esercitazioni 31. Esercitazioni 32. Esercitazioni 33. Esercitazioni 34. Esercitazioni 35. Esercitazioni 36. Esercitazioni
--	---

Modalità di raccordo con altri insegnamenti (indicare le modalità e gli insegnamenti con i quali sarà necessario raccordarsi)

Il corso prevede, in particolare sulla parte del programma dedicata all'elaborazione ed analisi di

dati numerici, un raccordo con materie del CdL che si caratterizzano per la gestione di dati quantitativi (Economia Aziendale, Statistica, Finanza Aziendale, Programmazione e Controllo) al fine di evidenziare il supporto applicativo che le tecnologie informatiche possono fornire nei processi gestionali d'impresa.

Il raccordo tra le materie avverrà tramite la preliminare condivisione dei programmi tra i docenti finalizzata ad assicurare la completezza degli argomenti trattati.

Modalità di esame ed eventuali verifiche di profitto in itinere

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o

la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni.

Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico.

Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono invece di verificare

i risultati di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette sia l'iscrizione ai corsi sia la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico, la comunicazione con il docente. E' previsto un tutor che supporterà gli studenti durante il corso.
Attività di didattica erogativa (DE)	→ 18 Videolezioni +18 Test Autovalutazione Totale 18 ore
Attività di didattica interattiva (DI)	→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Lettura area FAQ → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 3 ore
Attività di autoapprendimento	→ 51 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento

Le competenze richieste si basano sul syllabus (ossia l'insieme degli argomenti che occorre conoscere) utilizzato a livello europeo per il conseguimento della nuova ECDL (European Computer Driving Licence: www.nuovaecd.it). Per la preparazione dell'esame lo studente potrà scegliere uno dei testi elencati nel sito dell'AICA (www.nuovaecd.it).