

Principali informazioni sull'insegnamento			
Denominazione italiana	Comunicazione, Giornalismo e Marketing Politico		
Corso di studio	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE E D'IMPRESA		
Curriculum (se previsto dal corso di studi)			
Crediti formativi	9		
Denominazione inglese	Political Communication, Political Journalism and Political Marketing		
Obbligo di frequenza			
Lingua di erogazione	Italiano		
Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	FRANCESCO GIORGINO	francesco.giorgino1@uniba.it	SPS/08

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Sociologia della comunicazione	SPS/08	9

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	I semestre a.a. 2018/2019
Anno di corso	1 anno
Modalità di erogazione	Lezioni Frontali

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	1h=60 min.
Ore di corso	60
Ore di studio individuale	165

Calendario	
Inizio attività didattiche	19/10/2018
Fine attività didattiche	31/01/2019

Syllabus	
Prerequisiti	Laurea triennale
Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e capacità di comprensione Conoscenze delle principali teorie in materia della comunicazione di massa, comunicazione istituzionale e politica, sociologia del giornalismo, marketing di base e content marketing. • Conoscenza e capacità di comprensione applicate Formazione di competenze specifiche negli ambiti indicati nella voce precedente, con particolare riferimento al passaggio dalla fase del "sapere" a quella del "saper fare". • Autonomia di giudizio Sviluppo della capacità critica, con particolare riferimento alla content analysis e alla reception

	<p>analysis in tutti gli ambiti di pertinenza del corso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di apprendere <p>Ricerca di un equilibrio dinamico tra la sfera della conoscenza e quella della competenza al fine di rendere azionabile il complesso dei modelli teorici di riferimento.</p>
Contenuti di insegnamento	<p>Il nuovo ecosistema comunicativo. Le caratteristiche della società postmoderna. I paradigmi della sociologia della comunicazione. Le principali teorie della sociologia della comunicazione. I processi della comunicazione di massa. Le principali teorie della comunicazione politica ed istituzionale. Il content marketing e il brand storytelling. Il newsmaking</p>

Programma	
Testi di riferimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giornalismi e società. Informazione, politica, economia e cultura di Francesco Giorgino, Mondadori Università, 2017. 2. BranTelling di Francesco Giorgino e Marco Francesco Mazzù, EGEA - Refence, 2018. 3. La sanità medi@ata. Salute, società e comunicazione nell'era delle fake news di Francesco Giorgino e Michaela Liuccio, Mondadori Università, NOVEMBRE 2018. 4. AltoVolume. La politica come marketing di Francesco Giorgino, Luiss Press, GENNAIO 2019.
Nota ai testi di riferimento	I non frequentanti sosterranno l'esame anche sul volume La sanità medi@ata.
Metodi didattici	<ul style="list-style-type: none"> • Didattica frontale • Lezioni teoriche • Analisi di casi pratici • Eventuali lavori di gruppo • Incontri con esperti
Metodi di valutazione	Esame orale - Nessuna verifica intermedia
Altro	