

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione dell'insegnamento	Laboratorio di cultura e comunicazione digitale
Corso di studio	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE, D'IMPRESA
Anno di corso	2023/2024
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):	:3 CFU
SSD	
Lingua di erogazione	ITALIANO
Periodo di erogazione	II ANNO, SECONDO SEMESTRE
Obbligo di frequenza	SI

Docente	
Nome e cognome	GRAZIA DE GENNARO
Indirizzo mail	GRAZIA.DEGENNARO@MAIORA.COM
Telefono	3407124100
Sede	
Sede virtuale	
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	

Syllabus	
Obiettivi formativi	Oggetto di studio del laboratorio saranno le teorie e le pratiche nell'attuare una strategia di comunicazione integrata in azienda. Lo studente sarà in grado di individuare gli obiettivi di comunicazione, comprendere e identificare le varie funzioni esterne/interne, digitali/on line, tradizionali/off line; lo studente sarà in grado di definire e scrivere piani strategici usando strumenti pratici d'azione. Il laboratorio infine ha lo scopo di fornire teorie e tecniche di analisi sui vari scenari di identità culturale e digitale che riguardano aziende e CEO.
Prerequisiti	Lo studente dovrà avere conoscenze di base e generiche sul ruolo della comunicazione nel mondo del 21° secolo.
Contenuti di insegnamento (Programma)	Panoramica generale sul ruolo della comunicazione nella società odierna con focus su realtà aziendali nazionali (case history) Studio approfondito dei diversi strumenti di comunicazione utilizzati in azienda: relative funzioni rispetto ad obiettivi dati dal management aziendale Social in azienda e relativo utilizzo per ceo (personal branding) Cultura e comunicazione d'azienda con relativo studio case history Gantt
Testi di riferimento	Dispense a cura del docente
Note ai testi di riferimento	

Organizzazione della didattica			
Ore			
Totali	Didattica frontale	Pratica (laboratorio, campo, esercitazione, altro)	Studio individuale
20 ORE	20 ORE	LABORATORIO	
CFU/ETCS			
3 CFU			

Metodi didattici	
Metodologia	Lezioni frontali teoriche, workshop, brainstorming

Risultati di apprendimento previsti	
Conoscenza e capacità di comprensione	<ul style="list-style-type: none"> ○ Conoscenza e capacità di comprensione delle radici culturali e dell'utilizzo pratico degli strumenti di comunicazione ○ Conoscenza e capacità di utilizzo degli strumenti digitali/on line e off line/tradizionali allo scopo del raggiungimento degli obiettivi di bgt e tattici.
Conoscenza e capacità di comprensione applicate	<ul style="list-style-type: none"> ○ Autonomia di giudizio: lo studente sarà in grado di analizzare scenari e di proporre le relative best practices ○ Capacità di apprendere: lo studente apprenderà le nozioni oggetto del piano di studi grazie anche allo studio approfondito di case history aziendali relativamente alla sfera della comunicazione digitale

Competenze trasversali	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Autonomia di giudizio</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ lo studente svilupperà capacità di valutazione nell'attuare piani di comunicazione utili alla gestione della reputazione. Sarà altresì in grado di gestire efficacemente situazioni generate dalle fake news al fine di preservare l'identità e la cultura digitale di un'azienda. • <i>Abilità comunicative</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Lo studente, padrone dei concetti oggetto del piano didattico, sarà in grado di esporre correttamente tutte le fasi di costruzione di un piano di comunicazione • <i>Capacità di apprendere in modo autonomo</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ il laboratorio vuole garantire l'acquisizione di competenze pratiche attraverso lo studio di case history. Sono previsti lavoro di gruppo e autonomi finalizzati alla costruzione di piani editoriali per i social e piani di comunicazione integrata tenendo in considerazione tutti gli strumenti di comunicazione tradizionali e digitali.
-------------------------------	---

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	
Criteri di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ verifica della conoscenza delle nozioni e degli strumenti di comunicazione e del loro utilizzo in maniera consapevole • <i>Autonomia di giudizio:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ verifica della capacità di costruire un piano marketing autonomamente seguendo attentamente le linee guida presenti delle tracce che saranno comunicate per la prova finale • <i>Abilità comunicative:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ capacità espositiva e di costruzione di una presentazione p point per esporre l'elaborato che sarà oggetto della valutazione finale • <i>Capacità di apprendere:</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ si verificherà la reale padronanza dei concetti trasmessi durante le lezioni frontali
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	Colloquio orale. Il candidato dovrà dimostrare la comprensione dei concetti fondamentali analizzati durante il corso e presentare con efficacia il workshop a cui ha contribuito.
Altro	