

Principali informazioni sull'insegnamento	
Denominazione italiana	LABORATORIO DI DIGITAL STORYTELLING E SOCIAL MEDIA COMMUNICATION
Corso di studio	CORSO DI STUDIO IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE CLASSE L-20
Crediti formativi	
Denominazione inglese	LABORATORY OF DIGITAL STORYTELLING AND SOCIAL MEDIA COMMUNICATION
Obbligo di frequenza	
Lingua di erogazione	Italiano

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Daniele Morciano	daniele.morciano@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Semestre II
Anno di corso	2020-2021
Modalità di erogazione	Esercitazione di gruppo

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	60 min.
Ore di corso	20
Ore di studio individuale	20

Calendario	
Inizio attività didattiche	Marzo 2021
Fine attività didattiche	Maggio 2021

Syllabus	
Prerequisiti	Buone capacità di scrittura e comunicazione nei social media Capacità buone o di base in psicologia e sociologia della comunicazione Capacità di base di marketing.
Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione</i> <p>Conoscenza sulla specificità delle scienze sociali e della comunicazione applicate ai processi comunicativi digitali in ambito pubblico e privato</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate</i> <p>Capacità di applicare gli strumenti teorici e le tecniche apprese durante il laboratorio nell'ambito dello specifico settore di riferimento del curriculum di studio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Autonomia di giudizio</i>

	<p>Livello avanzato di pensiero critico e riflessività maturato attraverso l'applicazione degli strumenti teorici, empirici e applicativi della sociologia, delle scienze della comunicazione e della comunicazione digitale attraverso i social media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di apprendere <p>Buon livello nelle abilità di studio, auto-apprendimento, uso del web per la ricerca di informazioni e contenuti di approfondimento, apprendimento cooperativo di gruppo.</p>
Contenuti di insegnamento	<p>Il laboratorio si propone di affiancare gli studenti nell'ideazione ed elaborazione di un progetto di storytelling che preveda l'uso creativo e strategico dei social media. Nello specifico, il laboratorio si focalizzerà sull'applicazione di approcci e tecniche di storytelling digitale nel settore dei beni culturali, con particolare attenzione all'uso dei social media come risorsa per la partecipazione attiva del pubblico nell'esplorazione, mappatura, interpretazione, narrazione, fruizione e condivisione dei beni storici e culturali offerti da musei e di quelli (tangibili e intangibili) diffusi nel territorio. Gli studenti si eserciteranno nello sviluppo di un progetto che tenga conto dei principali attori di un processo narrativo (Committente, Narratore, Narratario), dei principali componenti di una narrazione (Fabula, Cornice, Intreccio, Conflitto, Mondi narrativi, Codice, Media, Tecniche del racconto) e dei principali schemi narrativi.</p> <p>A partire dallo studio di buone pratiche di digital storytelling nel settore culturale, gli studenti potranno scegliere tra diversi tipi di progetti da sviluppare durante il laboratorio (es. storytelling orale, scritto, visuale, animato, interattivo, partecipativo, crossmediale, mobile ecc.), esplorando le potenzialità di applicazioni digitali social disponibili gratuitamente (ad es., di crowdmapping, geolocalizzazione, realizzazione di webdoc, timeline ecc.)</p> <p>Il progetto narrativo dovrà essere strutturato per raggiungere con efficacia gli obiettivi di un'azione comunicativa volta a promuovere una relazione esperienziale e partecipativa con il patrimonio culturale vissuto in chiave contemporanea. Il digital storytelling, quindi, sarà adottato anche come esperienza generativa di innovazione sociale, ovvero forme innovative di collaborazione tra il pubblico, i gestori di contenitori culturali, enti pubblici e imprese.</p>

Programma	
Testi di riferimento	<p>Elisa Bonacini (2020), <i>I musei e le forme dello storytelling digitale</i>. Aracne Editrice http://www.aracneeditrice.it/aracneweb/index.php/pubblicazione.html?item=9788825533699</p> <p>Dispense e materiali forniti dal docente</p>
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	Esercitazioni di gruppo
Metodi di valutazione	Esonero: presentazione e discussione del progetto di storytelling elaborato in gruppo durante il laboratorio
Altro	

