

Corso di Studio in  
“Comunicazione innovativa, multimediale e digitale” – [L20]  
a.a. 2021/2022

**INSEGNAMENTO**  
**Tecnologie della comunicazione per il web**

SSD: ING-INF/05 - CFU: 6

II ANNO; II SEMESTRE

Docente: **Prof. Vincenzo Filetti**

Tutor disciplinare: **Dott. Damiano Caforio**

<p><b>Qualifica e curriculum scientifico del docente</b></p>	<p>Manager comunicazione integrata, servizi digitali e innovazione. Ha coordinato per oltre 10 anni dipartimenti aziendali di Information &amp; Communication Management e di Comunicazione Integrata per agenzie nazionali del Sistema Camerale. Attualmente è senior manager comunicazione integrata e innovazione per Theorema, società di consulenza di direzione aziendale e Amministratore Delegato della interactive media agency BCAA.</p> <p>È docente a contratto presso altri Atenei di Strategie di Pianificazione dei media nelle strategie di Impresa (L5), Strategie di Marketing digitale (L18) ed Elementi di marketing e digital Advertising (L20). È Presidente dell'Associazione per startup e innovatori TrentaQuaranta, mentor per startup, speaker per eventi nazionali e internazionali sui temi comunicazione, innovazione e digitale.</p> <p>Ha gestito oltre 100 progetti come Architetto dell'Informazione e project leader per la progettazione di portali web, tra cui viaggiareinpuglia.it (vincitore BIT award come migliore portale turistico nazionale), camcom.gov.it (best practice europea), Italian Quality Experience durante EXPO 2015. Ha ideato e progettato campagne di comunicazione a livello nazionale e internazionale sui principali media tradizionali (tv, radio, stampa, cinema) e digitali. Dal 2016 progetta e organizza challenge di open innovation e startup competition.</p> <p>Profilo LinkedIn: <a href="https://www.linkedin.com/in/vincenzofiletti/">https://www.linkedin.com/in/vincenzofiletti/</a></p>
--	--

<p><b>Articolazione dei contenuti e suddivisione in moduli didattici del programma</b></p>	<p>L'insegnamento è costituito da <b>2 moduli</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Modulo 1 - Il web. Uno scenario in continua evoluzione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dalle origini del World Wide Web al primo codice sorgente in NFT</li> <li>▪ Il sito web. Una interfaccia per comunicare.</li> <li>▪ Dal desktop al mobile. Modelli di fruizione e comunicazione.</li> <li>▪ I social media. Nuove piattaforme di uso comune</li> <li>▪ Banner, pixel e advertising.</li> <li>▪ Dal codice ai sistemi vocali, dal testo ai podcast.</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Modulo 2 - Evoluzioni tecnologiche e nuovi paradigmi della comunicazione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La centralità dell'algoritmo e la rilevanza dei dati.</li> <li>▪ Martech e processi di disintermediazione.</li> <li>▪ Piattaforme a supporto delle aziende. Software as a service.</li> <li>▪ Ovest/Est. Prospettive di comunicazione.</li> <li>▪ Tecnologie 4.0. Dalla realtà aumentata alla blockchain.</li> <li>▪ Il metaverso. Design e visioni del nuovo web.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Abstract (In Inglese)</b></p>	<p>The course aims to provide an overall framework on the broad theme of digital communication, with a practical approach that illustrates the dynamics and development processes that characterize digital media. An innovative and unique course that offers a broad overview of digital media and the different methods of adoption: the website, social media, advertising, NFTs, blockchain, augmented reality, the metaverse.</p>
<p><b>Obiettivi formativi</b></p>	<p>Il corso intende fornire un inquadramento complessivo sull'ampio tema della comunicazione digitale, con un approccio pratico che illustra le dinamiche e i processi di sviluppo che caratterizzano i media digitali. Il corso permette di acquisire strumenti concettuali e la loro relazione con gli strumenti tecnici necessari per interpretare, progettare e gestire processi di comunicazione fondati su tecnologie digitali ed innovative. In particolare, si adotta un approccio pragmatico nella presentazione dei differenti media e delle modalità di utilizzo, dagli anni Novanta ad oggi, tenendo conto dei differenti ambiti di applicazione e della centralità di alcuni aspetti che hanno profondamente trasformato il mondo della comunicazione e, più in generale, il sistema delle relazioni sociali.</p>

	<p><b>Con il primo modulo</b> l’obiettivo formativo principale è riconducibile al trasferimento delle principali conoscenze sugli elementi che caratterizzano la comunicazione innovativa e digitale: il sito web, con le differenti implicazioni derivanti dall’adozione delle tecnologie “mobile”; i social media, il digital advertising e, infine, i sistemi vocali che, soprattutto nell’ultimo periodo hanno assunto un ruolo di primo piano (podcast, il social media ClubHouse, i sistemi vocali distribuiti dalle big tech).</p> <p><b>Con il secondo modulo</b>, invece, si affrontano i temi emergenti e in fase di sviluppo ed evoluzione, tenendo conto dell’ultima rivoluzione digitale che conduce al WEB 3 e al metaverso.</p>
<p><b>Risultati d’apprendimento previsti</b></p>	<p><b>A. Conoscenza e comprensione</b> Gli studenti dovranno conseguire conoscenza e capacità di comprensione dei processi e delle dinamiche che caratterizzano la comunicazione digitale, con riferimento ai differenti ambiti di applicazione che hanno caratterizzato il web dalla prima fase di sviluppo fino ai giorni nostri, tenendo anche delle future evoluzioni. Gli studenti conseguono tali conoscenze di base attraverso la frequenza delle lezioni e lo studio dei testi.</p> <p><b>B. Conoscenza e capacità di comprensione applicate</b> Gli studenti dovranno conseguire capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso l’abilità ad analizzare e osservare in modo consapevole la complessa realtà della comunicazione digitale e innovativa.</p> <p><b>C. Autonomia di giudizio</b> Gli studenti dovranno acquisire l’abilità di riflessione critica sulle dinamiche evolutive dei media, gli strumenti e le piattaforme digitali, con particolare riferimento alla centralità dei processi innovativi e alle implicazioni dirette e indirette sulla società, sul mondo del lavoro e sul sistema delle imprese.</p> <p><b>D. Abilità comunicative</b> Gli studenti avranno la possibilità, attraverso l’esposizione del materiale didattico e le lezioni, di argomentare con un lessico preciso ed appropriato le principali tematiche afferenti all’ambito della comunicazione innovativa, multimediale e digitale.</p>

	<p><b>E. Capacità di apprendimento</b></p> <p>Si richiede da parte degli studenti una modalità critica di apprendimento in grado di bilanciare capacità teorica, attenzione e sensibilità verso l'osservazione concreta dell'evoluzione dei sistemi di comunicazione e delle applicazioni digitali.</p>
<p><b>Competenze da acquisire</b></p>	<p><b>RISULTATI ATTESI</b></p> <p><b>A.</b> Utilizzo di libri di testo avanzati, conoscenza di alcuni temi d'avanguardia nell'ambito della materia oggetto di studio.</p> <p><b>B.</b> Approccio professionale al proprio lavoro e possesso di competenze adeguate per concepire argomentazioni, sostenerle e per risolvere problemi nell'ambito della materia oggetto di studio. Capacità di raccogliere e interpretare dati utili a determinare giudizi autonomia.</p> <p><b>C.</b> Capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni ad interlocutori specialisti e non specialisti.</p> <p><b>D.</b> Capacità di intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia.</p>
<p><b>Organizzazione della didattica</b></p>	<p><b>DIDATTICA EROGATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 6h di videolezioni registrate fruibili da piattaforma.</li> <li>➤ N. 2 incontri sincroni in piattaforma.</li> <li>➤ Podcast di tutte le video lezioni sopramenzionate.</li> </ul> <p><b>DIDATTICA INTERATTIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 1 forum di orientamento al corso;</li> <li>➤ 2 forum di approfondimento tematico (1 per modulo);</li> <li>➤ Possibilità di svolgere lavori di (e in) gruppo.</li> <li>➤ 2 <i>e-tivity</i> strutturate (come descritte nelle <b>Modalità di verifica in itinere</b>).</li> </ul> <p><b>AUTOAPPRENDIMENTO</b></p> <p>Per ciascun modulo sono previsti materiali didattici: approfondimenti tematici, articoli e slide del docente, letture open access, risorse in rete, bibliografia di riferimento, ecc.</p>

<p><b>Testi consigliati per l'esame</b></p>	<p>➤ <i>Marketing aumentato. Guida ai nuovi scenari martech</i> di Vincenzo Cosenza, Apogeo, Milano, 2021</p>
<p><b>Modalità di verifica in itinere</b></p>	<p>L'accesso alla prova finale (esame) è subordinato allo svolgimento delle seguenti <b>2 e-tivity</b>:</p> <p>➤ <b>Etivity 1 - Progettazione di una campagna di comunicazione digitale</b> Partendo da un brief si richiede la definizione e pianificazione di una campagna di comunicazione, con un mix di strumenti e di azioni che fa riferimento ai media indicati nel modulo 1.</p> <p>➤ <b>Etivity 2 - MarTech &amp; Software test</b> Test che ha l'obiettivo di verificare la conoscenza di alcune piattaforme (illustrate nel modulo 2) e che prevede anche la descrizione delle principali funzionalità.</p>
<p><b>Modalità di svolgimento dell'esame finale</b></p>	<p>La verifica dell'apprendimento avverrà attraverso il colloquio orale sui contenuti del corso e sull'eventuale relazione finale presentata. Il voto (min 18, max 30 con eventuale lode) è determinato dal livello della prestazione per ognuna delle seguenti dimensioni dell'esposizione orale: padronanza dei contenuti, appropriatezza delle definizioni e dei riferimenti teorici, chiarezza dell'argomentare, dominio del linguaggio specialistico.</p>
<p><b>Lingua d'insegnamento</b></p>	<p>Italiano</p>