

Corso di Studio in  
“Comunicazione innovativa, multimediale e digitale” [L-20]  
a.a. 2022/2023

**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 le agenzie nazionali del Sistema Camerale, Retecamere e Si.Camera. Attualmente è senior manager comunicazione integrata e innovazione per Theorema, società di consulenza di direzione aziendale e Amministratore Delegato della interactive agency BCAA.</p> <p>Dall'Anno Accademico 2021-22 Docente Tecnologie della comunicazione per il web per IUL. Per altri Atenei docente a contratto di Strategie di marketing digitale (L18), Elementi di marketing e digital advertising strategy (L20), Pianificazione dei media nelle strategie di impresa (L5).</p> <p>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>Mentor per startup degli acceleratori e dei programmi Murate Idea Park (Firenze), Techitalia LAB (Londra), Boost Your Ideas (Lazio Innova, Roma), Lumsa – Digital Hub (Palermo) e nel 2023 uno coach del programma INNOV.IT - Italian Innovation and Culture Hub, incubatore del Ministero Affari Esteri di San Francisco.</p> <p>Nel corso della propria carriera professionale ha gestito centinaia di progetti in ambito digitale e comunicazione, per i principali enti pubblici italiani e per aziende private, ottenendo come project leader i premi BIT Award (migliore applicazione web nel turismo con viaggiareinpuglia nel 2009) e la best practice europea con l'applicazione camcom.gov.it (2008). Ha ideato progettato e coordinato campagne di comunicazione</p>
--	---

	<p>nazionali e internazionali su media tradizionali e digitali (alcuni esempi: Italian Quality Experience per Expo 2015; Hello Fish; Ristoranti Italiani nel mondo; fatturazione elettronica; progetto futurae per i migranti, ecc.); si è occupato della progettazione e gestione di un format di digital training per l’attuazione di processi di digitalizzazione per le imprese. Nel 2022 ha ideato la prima collezione NFT di un ente pubblico per l’attestazione delle competenze durante un percorso di formazione e assistenza sul digitale.</p> <p>Dal 2016 progetta e organizza challenge di open innovation e startup competition.</p> <p>Ha ideato e organizzato challenge e startup competition in più settori, tra le quali RE-Soccer (2018), prima challenge in Italia sulla football industry; UpSoccer – NTT Data (2021) e Multisoccer – Almaviva (2022), con pitch competition allo Stadio Olimpico di Roma; altre competition nel settore del turismo con Alpitour (2016), nel settore Health durante l’Innovation Forum (2019) e nel settore Agritech nel corso dell’evento Disruptive week.</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> <li>▪ Il futuro dei social media.</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>▪ Crossmedialità, convergenza e nuovi modelli di fruizione.</li> <li>▪ Scenari possibili e nuovi trend. Metaverso, NFT e Intelligenza artificiale</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 l'influencer marketing.</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, fino agli approfondimenti sulle ultime tendenze relative alle applicazioni AI e alla progressiva diffusione di soluzioni immersive e ai Non Fungible Token.</p>
<p><b>Risultati d'apprendimento previsti</b></p>	<p><b>A. Conoscenza e comprensione</b></p> <p>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 composita 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> 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>➤ 4h e 30' di videolezioni registrate fruibili nell'ambiente eLearning;</li> <li>➤ 2 web lessons in modalità sincrona di 1h ciascuna fruibili nell'ambiente eLearning;</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>➤ 6 post di approfondimento tematico nei 2 forum disciplinari (3 per modulo);</li> <li>➤ 2 <i>e-tivity</i> strutturate (come descritte nelle <b>Modalità di verifica in itinere</b>)</li> <li>➤ test di autovalutazione di 30 domande a scelta multipla (facoltativo).</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Marketing aumentato. Guida ai nuovi scenari martech</i> di Vincenzo Cosenza, Apogeo, Milano, 2021</li> <li>➤ <i>Metaverso</i> di Matthew Ball, Garzanti, Milano, 2022 (Capitoli 4, 12, 13)</li> </ul>
<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <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.</li> <li>➤ <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.</li> </ul>

<b>Modalità di svolgimento dell'esame finale</b>	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.
<b>Lingua d'insegnamento</b>	Italiano