

Corso di Studio in  
“Comunicazione innovativa, multimediale e digitale” [L-20]  
a.a. 2024/2025

**INSEGNAMENTO**  
**Tecnologie per la comunicazione per il web**

SSD: ING-INF\05 - CFU: 6  
II ANNO; II SEMESTRE

Docente: **Prof. Rosario Catelli**  
Tutor disciplinare: **Dott.ssa Roberta Sodano**

<b>Qualifica e curriculum scientifico del docente</b>	<b>Rosario Catelli</b> , Dottore di Ricerca in Ingegneria Informatica, lavora nell’ambito della ricerca scientifica da diversi anni e ha collaborato e collabora a diversi progetti di ricerca nazionali ed internazionali. I suoi interessi di ricerca sono nel campo dell’intelligenza artificiale, con tematiche legate alla privacy, alla sicurezza, all’elaborazione del linguaggio naturale e ai big data.
<b>Qualifica e curriculum scientifico del tutor disciplinare</b>	<b>Roberta Sodano</b> è un ingegnere biomedico con una solida formazione accademica e professionale. Ha conseguito la Laurea Magistrale in Ingegneria Biomedica presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, dove ha anche partecipato a numerosi seminari e corsi di formazione nel campo della qualità e della sicurezza. Attualmente lavora come Security Certification Engineer presso HID Global S.p.A., gestendo la documentazione per la certificazione "Common Criteria for Information Technology Security Evaluation". In parallelo, ha contribuito all'istruzione superiore come co-docente o tutor presso l'Università Telematica degli Studi IUL. Con una notevole esperienza nella consulenza aziendale per la gestione della qualità, dell'ambiente e della sicurezza, Roberta è dedicata a migliorare continuamente le sue competenze e a promuovere la sicurezza e l'innovazione nel settore tecnologico.

<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</p>

	<p>mondo della comunicazione e, più in generale, il sistema delle relazioni sociali.</p> <p>Con il primo modulo 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>Con il secondo modulo, 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></p> <p>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></p> <p>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></p> <p>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>➤ 4h e 30’ di videolezioni registrate fruibili nell’ambiente eLearning;</li> <li>➤ 3 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>➤ 1 web conference in modalità sincrona dedicata all’Analisi dei bisogni formativi degli studenti;</li> <li>➤ 6 post di approfondimento tematico nei 2 forum disciplinari (3 per modulo);</li> <li>➤ 2 e-tivity strutturate (come descritte nelle <b>Modalità di verifica in itinere</b>);</li> <li>➤ 1 test di autovalutazione di 30 domande a scelta multipla sui temi dell’insegnamento.</li> </ul> <p><b>AUTOAPPRENDIMENTO</b></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.
<b>Testi consigliati per l'esame</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Marketing aumentato. Guida ai nuovi scenari martech di Vincenzo Cosenza, Apogeo, Milano, 2021</li> <li>➤ Metaverso di Matthew Ball, Garzanti, Milano, 2022 (Capitoli 4, 12, 13)</li> </ul>
<b>Modalità di verifica in itinere</b>	<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</b> - Progettazione di una campagna di comunicazione digitale 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> <p><i>Le e-tivity dovranno essere consegnate obbligatoriamente entro 7 gg dalla data di appello prescelta.</i></p>
<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