

COMUNICAZIONE PUBBLICA, ECONOMICA E ISTITUZIONALE (LM64)

(Università degli Studi)

Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA MODULO A

GenCod A004484

Docente titolare BENEDETTA COLUCCIA

Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA
MODULO A

Insegnamento in inglese Media
economics - module A

Settore disciplinare SECS-P/02

Corso di studi di riferimento
COMUNICAZIONE PUBBLICA,

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 6.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale:
30.0

Per immatricolati nel 2021/2022

Erogato nel 2022/2023

Anno di corso 2

Lingua

Percorso PERCORSO COMUNE

Sede

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

- Introduzione all'economia dei media;
- Teorie e approcci utilizzati per esaminare l'economia dei media;
- I concetti di domanda, offerta ed elasticità applicati al mercato dei media;
- Il ruolo della tecnologia del mercato dei media;
- Regolamentazione del mercato dei media;
- Aspetti sociali dell'economia dei media;
- Il settore dei giornali;
- Il settore della televisione
- Il settore cinematografico
- Il settore della musica registrata
- Il settore radiofonico

PREREQUISITI

Nozioni di base di economia

OBIETTIVI FORMATIVI

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di analizzare il mercato dei media sotto il profilo economico, istituzionale, sociale e regolatorio. Conosceranno i principali aspetti che connotano le differenti filiere economiche dei prodotti mediatici e ne sapranno interpretare le dinamiche.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali con supporto di presentazioni audiovisive

MODALITA' D'ESAME

Esame orale

TESTI DI RIFERIMENTO

- Parte del materiale didattico è reso disponibile dal docente sulla piattaforma "e-learning Unisalento". Per conoscere la chiave di accesso è necessario contattare il docente.
- Albarran, A.B. *The media economy*. Routledge, 2016.
- Barbarito, L., Ardizzone A., Bagnasco A.M. *I mercati dei media*. Franco Angeli Editore, 2019