MANAGER DEL TURISMO (LB41)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

GenCod 02972

Docente titolare Luigi SPEDICATO

Insegnamento SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

Anno di corso 2

Insegnamento in inglese Sociology of Cultural and Communicative Processes

Lingua ITALIANO

Settore disciplinare SPS/08

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

Corso di studi di riferimento MANAGER DEL TURISMO

Tipo corso di studi Laurea

Sede Lecce

Crediti 8.0

Periodo Secondo Semestre

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Tipo esame Orale

Per immatricolati nel 2019/2020

Valutazione Voto Finale

Erogato nel 2020/2021

Orario dell'insegnamento https://easyroom.unisalento.it/Orario

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Coerentemente con gli obiettivi generali del Corso di Laurea in cui è inserito, il corso di Sociologia dei processi culturali e comunicativi ha lo scopo di fornire strumenti di conoscenza e di competenza sociologica rispetto alla comunicazione come strumento di una molteplicità di relazioni sociali nella società contemporanea. Il corso verterà sui principali orientamenti dell'approccio sociologico allo studio della comunicazione anche negli ambienti digitali. In particolare saranno trattati i seguenti temi:
Il concetto di comunicazione
Teorie della comunicazione di massa con particolare attenzione agli effetti dei media
I media digitali

PREREQUISITI

Non sono richieste propedeuticità. L'efficace costruzione di competenze richiede una sufficiente conoscenza della storia sociale, economica e politica dell'Europa occidentale e degli Stati Uniti d'America dalla Rivoluzione industriale ai giorni nostri.

OBIETTIVI FORMATIVI

Al termine del corso gli studenti avranno sviluppato: Conoscenza e comprensione del funzionamento delle dinamiche comunicative. Conoscenza e comprensione delle teorie sugli effetti dei media. Conoscenza e competenze rispetto ad ambiti applicativi delle teorie delle comunicazioni quali l'analisi delle audience, attori, processi e dinamiche del consumo culturale, metodologie di segmentazione dei pubblici dei vari media. Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento verranno sviluppate attraverso lavori di gruppo svolto dagli studenti. L'esame finale mira a verificare i risultati di apprendimento attesi in relazione alle dinamiche di conoscenza e comprensione, di presentazione critica di concetti, prospettive teoriche, ambiti di discussione e di ricerca empirica riguardanti il tema della sociologia della comunicazione e della sociologia dei media digitali.

METODI DIDATTICI

Lezioni frontali e lezioni online (ove disposto in tal senso dall'Ateneo) con il supporto di materiali audiovisivi; partecipazione, anche in modalità online, di testimoni privilegiati; lavori individuali e di gruppo su temi proposti dal docente. L'articolazione definitiva della metodologia didattica verrà definita dagli Organi di governo accademici alla luce dell'evoluzione della situazione da COVID-19.

MODALITA' D'ESAME	L'esame verrà svolto in modalità orale, con votazione espressa in trentesimi. Gli studenti sono sollecitati a presentare elaborati scritti da discutere in sede d'esame, purché concordati preventivamente con il docente.
APPELLI D'ESAME	Le date degli appelli d'esame verranno rese note sulla piattafoirma ESSE3 con le consuente modalità.
ALTRE INFORMAZIONI UTILI	Il docente riceve presso il suo studio, Complesso Studium 2000, Edificio 5, stanza n. 32, nei giorni e negli orari indicati sulla pagina personale; in presenza di disposizioni dell'Ateneo relative al contrasto del COVID-19, , il ricevimento verrà effettuato in modalità online sulla piattaforma TEAMS.
PROGRAMMA ESTESO	Media, comunicazione, cultura e società. Gli effetti dei media. Lo sviluppo dei media studies: ricerca amministrativa, teorie dell'influenza selettiva, l'approccio culturalista. I Cultural Studies ed il modello encoding-decoding. Gli audience studies. La società delle Reti.
TESTI DI RIFERIMENTO	M. Sorice, Sociologia dei mass media, Carocci editore, Roma, 2010; Z. Ciuffoletti, E. Tabasso, Breve storia sociale della comunicazione, Carocci editore, Roma, 2018.