

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

Insegnamento in inglese Sociology of Cultural and Communicative Processes

Settore disciplinare SPS/08

Corso di studi di riferimento MANAGER DEL TURISMO

Tipo corso di studi Laurea

Crediti 8.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 64.0

Per immatricolati nel 2021/2022

Erogato nel 2022/2023

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSI COMUNE/GENERICO

Sede Lecce

Periodo Secondo Semestre

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

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

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

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.

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.

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, purchè concordati preventivamente con il docente.

APPELLI D'ESAME Gli appelli d'esame vengono fissati nel rispetto del calendario accademico, e sono visibili sul sistema ESSE3

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 apposite disposizioni dell'Ateneo, il ricevimento verrebbe 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, o altro manuale aggiornato di teorie della comunicazione;
Z. Ciuffoletti, E. Tabasso, Breve storia sociale della comunicazione, Carocci editore, Roma, 2018.