

Communication and New Media

Semester: II

Credits: 6

Laboratorio Professionalizzante I – MAN844

Laboratorio Professionalizzante II – MAN845

Course Description

Communication is a complex phenomenon and also a fundamental element of society, as a matter of fact culture exists because human beings and organizations communicate each other. In addition, globalization has removed the physical boundaries between countries, individuals and companies, operating all over the world, who are the leading actors of communication today, thanks to the increasingly current and advanced digital communication tools. This course aims to provide a basic picture of this environment.

The course will focus on digital mass communication tools and will cover the following topics: the old communication tools; the new digital communication tools; the risks related to the use and potential abuse of the new digital communication tools; the implications on business models supporting digital communication. An essential part of the time spent in the classroom will be devoted to discussions, covering current news and using cases to facilitate interaction between participants.

Learning Objectives

Key (Assessed) Learning Outcomes: <Understanding the framework of digital communication tools, through knowledge of the risks associated with the use of them>.

Supplemental Learning Outcomes: <Know the business opportunities related to digital communication>.

At the end of the course the student should know/be able to:

- 1) Knowledge and understanding: knowledge and understanding of the digital context through which the organization operates.
- 2) Ability to apply knowledge and understanding: determined by active participation in building one's business case.
- 3) Making judgments: expressing one's ability to evaluate the effects of digital communication.
- 4) Communication skills: since all business cases, object of analysis, foresee the group and individual presentation in the classroom.
- 5) Learning skills: through the correct use of the digital terminology described and used during the course in an international digital context.

Teaching and Learning

The course will be carried out with a combination of lectures, practical workshops and class discussions; in sixteen sessions of three hours each.

Students will be expected to actively participate, work in teams and be prepared to think critically and actively when questioned.

Students in addition will be required to read a variety of material - such as case studies and articles - before and during the lesson and be prepared to discuss it within their team and/or individually.

Finally, students are required to attend all scheduled lessons, exams, presentations, simulations, discussion groups. An absence for any reason, with the exception of those pre-authorized, will be considered an unjustified absence. Students who miss more than two (2) days of scheduled class / activity due to unwarranted absences will fail the course.

Prerequisites

The course is completely taught in English and requires a high level of interactions, so it is highly recommended to have a good command of the English language. Passive participation is not allowed nor welcomed.

It is also recommended to have completed a communication course, sociology of communication. It is also preferable to have completed a communication psychology course.

The course is limited to 40 students; furthermore, it is limited to students from the second year onwards.

Course detail

Part I – Tools

- Old communication tools;
- New digital communication tools;
- The social media tools.

Part II – Risks

- Use and abuse of communication tools;
- Identification of social, personal, group, psychological and environmental risks.

Part III – Money

- Where to make money;
- How to make money;
- Social media business model.

Method and weighting of assessment

Mid-term written text: 20%

Final written text: 30%

Written Case (Team submission and in-class discussion): 30% (of which 15% at Group level + 15% at individual level)

In Class Participation: 20%

Course Materials

Essential Readings

All class activities will be supported by instructor slides.

In addition, the class will use a selection of real case studies and articles.

Recommended Publications and Online Resources

Jaron Lanier, "Who owns the future?" Simon & Schuster, 2013 ISBN 978-1-84614-341-0. Also available in Italian: "La dignità ai tempi di internet", Il Saggiatore, 2013.

Wall Street Journal	https://www.wsj.com
Bloomberg Business week	https://www.bloomberg.com/businessweek
The Economist	www.economist.com
about wireless industry	https://www.wireless4innovation.it/
about security on IT and TELCO	https://www.schneier.com/
about telecom industry	https://www.strategyanalytics.com/
about Italian consumer electronic industry	http://www.e-duesse.it/
about wireless industry	https://www.mobileworldlive.com/
about Italian communication industry	https://www.corrierecomunicazioni.it/

Communication and New Media

Semestre: II

Crediti: 6

MAN844 Laboratorio Professionalizzante I

MAN845 Laboratorio Professionalizzante II

Obiettivi del corso

La comunicazione è un fenomeno complesso ed anche un elemento fondamentale della società, infatti la cultura esiste perché gli esseri umani e le organizzazioni comunicano tra loro. La globalizzazione in aggiunta ha rimosso i confini fisici tra i Paesi; gli individui e le aziende che operano in tutto il mondo sono i protagonisti della comunicazione al giorno d'oggi, grazie agli strumenti di comunicazione digitale sempre più presenti ed evoluti. Questo corso vuole fornire un quadro di base di questo ambiente complesso.

Il corso si concentrerà sugli strumenti di comunicazione di massa digitali, e coprirà i seguenti argomenti: gli strumenti tradizionali di comunicazione; i nuovi strumenti di comunicazione digitale; i rischi commessi all'uso e l'abuso dei nuovi strumenti di comunicazione digitale; le implicazioni sui modelli di business a supporto della comunicazione digitale. Una parte essenziale del tempo trascorso in classe sarà dedicata alle discussioni, coprendo le notizie di attualità e utilizzando i casi per facilitare l'interazione tra i partecipanti.

Risultati dell'apprendimento attesi

Risultati chiave (valutati) di apprendimento: <Comprendere il panorama degli strumenti di comunicazione digitale, attraverso la conoscenza dei rischi connessi all'uso degli stessi>.

Risultati di apprendimento supplementari: <Conoscere le opportunità di business collegate alla comunicazione digitale>.

Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà conoscere/essere in grado di:

- 1) Conoscenza e capacità di comprensione: conoscenza e comprensione del contesto digitale attraverso cui l'organizzazione opera.
- 2) Capacità di applicare conoscenza e comprensione: determinata dalla partecipazione attiva alla costruzione del proprio business case.
- 3) Autonomia di giudizio: esprimere la propria capacità nel valutare gli effetti della comunicazione digitale.
- 4) Abilità comunicative: poiché tutti i business case, oggetto di analisi, prevedono la presentazione di gruppo ed individuale in aula.
- 5) Capacità di apprendimento: attraverso il corretto utilizzo della terminologia digitale in ambito internazionale, descritta ed utilizzata durante il corso.

Struttura del corso

Il corso sarà svolto con una combinazione di lezioni (*lectures*), workshop pratici e discussioni in classe; in sedici sessioni di tre ore ciascuna.

Gli studenti saranno tenuti a partecipare attivamente, lavorare in Team ed essere pronti a pensare in modo critico e attivo quando interrogati.

Gli studenti saranno inoltre tenuti a leggere una varietà di materiale – come casi di studio e articoli – prima e durante la lezione, ed essere pronti a discuterne all'interno del proprio team o individualmente.

Gli studenti sono infine tenuti a frequentare tutte le lezioni programmate, gli esami, le presentazioni, le simulazioni, i gruppi di discussione. Un'assenza per qualsiasi motivo, ad eccezione di quelle pre-autorizzate, sarà considerata un'assenza ingiustificata. Gli studenti che perdono più di due (2) giorni di classe/attività programmata a causa di assenze ingiustificate falliranno il corso.

Prerequisiti

Il corso è completamente tenuto in inglese e richiede un alto livello di interazioni, quindi è altamente raccomandato avere una buona padronanza della lingua inglese. L'ascolto passivo non è consentito né gradito.

Si raccomanda inoltre di aver completato un corso di comunicazione, oppure di sociologia della comunicazione. È preferibile anche aver completato un corso di psicologia della comunicazione.

Il numero massimo di studenti che possono iscriversi al corso è 40. Inoltre, è possibile iscriversi solo dal secondo anno in poi.

Programma

Part I – Tools

- Old communication tools;
- New digital communication tools;
- The social media tools.

Part II – Risks

- Use and abuse of communication tools;
- Identification of social, personal, group, psychological and environmental risks.

Part III – Money

- Where to make money;
- How to make money;
- Social media business model.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Mid-term written text: 20%

Final written text: 30%

Written Case (Team submission and in-class discussion): 30% (of which 15% at Group level + 15% at individual level)

In Class Participation: 20%

Bibliografia

Lecture essenziali

Tutte le attività saranno supportate da materiale distribuito a tempo debito dal professore. Inoltre, nel corso si utilizzerà una selezione di casi di studio ed articoli.

Lecture raccomandate e risorse online

Jaron Lanier, "Who owns the future?" Simon & Schuster, 2013 ISBN 978-1-84614-341-0. Also available in Italian: "La dignità ai tempi di internet", Il Saggiatore, 2013.

Wall Street Journal

<https://www.wsj.com>

Bloomberg Business week

<https://www.bloomberg.com/businessweek>

The Economist

www.economist.com

about wireless industry <https://www.wireless4innovation.it/>
about security on IT and TELCO <https://www.schneier.com/>
about telecom industry <https://www.strategyanalytics.com/>
about Italian consumer electronic industry <http://www.e-duesse.it/>
about wireless industry <https://www.mobileworldlive.com/>
about Italian communication industry <https://www.corrierecomunicazioni.it/>