

Communication and New Media

ZUMBO Augusto

Semestre: II

Crediti: 5 (ovvero 35 ore di lezioni, per un totale di 10 lezioni)

MAN0130 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA I

MAN0192 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA V

-Obiettivi del corso

La comunicazione è un fenomeno complesso ed anche un elemento fondamentale della società, infatti la cultura esiste perchè 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.

Il corso si concentrerà sugli *strumenti di comunicazione di massa digitali*, e coprirà i seguenti argomenti: i vecchi strumenti 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.>

-Struttura del corso

Il corso sarà svolto con una combinazione di lezioni (*lecture*), workshop pratici e discussioni in classe; in dieci sessioni di tre ore e mezza 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 ne 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: 30%

Final written text: 50%

In Class Participation: 20%

-Bibliografia

Lecture essenziali

Tutte le attività saranno supportate da materiale distribuito anticipatamente 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-duedesse.it/>

about wireless industry

<https://www.mobileworldlive.com/>

about Italian communication industry

<https://www.corrierecomunicazioni.it/>

Communication and New Media

ZUMBO Augusto

Semester: II

Credits: 5 ECTS (i.e. 35 hours, overall 10 classes)

MAN0130 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA I

MAN0192 – ALTRE ATTIVITÀ IN LINGUA V

-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, 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: old communication tools; the new digital communication tools; the risks committed to the use and 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.>

-Teaching and Learning

The course will be carried out with a combination of lectures, practical workshops and class discussions; in ten sessions of three and a half 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

Midterm written text: 30%

Final written text: 50%

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 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/>