



Facoltà di Scienze della Comunicazione

Diploma di Alta Specializzazione in Scienze della Comunicazione

DESCRIZIONE DEL CORSO DI LAUREA

Il Corso di Diploma di Alta Specializzazione in Comunicazione ha come obiettivo la costituzione di un bagaglio tecnico-culturale che permetta allo studente di progettare, implementare, modificare e analizzare gli effetti di una campagna di comunicazione specialistica con risvolti di carattere sociale e di sociologia orientata al marketing.

Il superamento del presente Corso DAS prevede il conseguimento di **58 ECTS**.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso di Diploma di Alta Specializzazione in Comunicazione si rivolge a tutti coloro in possesso di una Laurea di I Livello (EQF/6) o superiore e ha come scopo quello di fornire allo studente gli strumenti comunicativi adeguati all'allestimento di campagne di comunicazione basate sui rigorosi criteri scientifici delle scienze sociologiche, preparandolo inoltre per le operazioni di marketing e le campagne di comunicazione sociale in generale.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Diploma di Alta Specializzazione in Comunicazione offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Esperto in marketing
- Esperto di ricerche di mercato
- Specialista della comunicazione sociale



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PROGRAMMA

DIPLOMA DI ALTA SPECIALIZZAZIONE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SPS/07	Elementi di Sociologia	4
M-PSI/05	Psicologia della Comunicazione	5
SECS-P/08	Marketing	5
SPS/08	Sociologia della Comunicazione	5
L-LIN/01	Metodi Compositivi per la Comunicazione	5
M-STO/04	Storia contemporanea	4

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SPS/08	Metodologia della Ricerca Sociale	5
IUS/09	Diritto dell'Informazione	3
SPS/08	Etica e Sociologia dei nuovi mezzi di comunicazione di massa	4
IUS/14	Diritto Europeo della Comunicazione	3
M-PSI/01 M-PSI/05	Psicologia Generale e Sociale	3
SPS/07	Politiche Sociali	4
M-FIL/05	Semiotica dei Media	5
	Tesina Finale	3



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

ELEMENTI DI SOCIOLOGIA	
SSD: SPS/07	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente ai fondamenti della scienza sociologica, fornendo gli strumenti adatti per analizzare ed interpretare la rapida evoluzione sociale degli ultimi decenni. Diversi argomenti del corso toccheranno direttamente temi d'attualità quali i fenomeni migratori, i comportamenti discriminatori, la crisi delle identità collettive, ecc.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà sviluppato un pensiero critico in ambito sociologico che gli permetterà di analizzare e interpretare i dati provenienti dalle operazioni di ricerca sociale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Storia della sociologia 2. Introduzione ai modelli teorici della sociologia 3. La teoria classica 4. La teoria funzionalista 5. La teoria strutturalista 6. La teoria del conflitto 7. La teoria utilitarista 8. Metodologie di ricerca 9. Cenni di sociologia economica 10. Cenni di sociologia delle comunicazioni
Testi Consigliati	▪ A. GIDDENS-SUTTON, Fondamenti di sociologia, il Mulino, Bologna, 2015
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	
SSD: M-PSI/05	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	In questo corso verranno analizzate le caratteristiche psicologiche cross-culturali, mettendo in evidenza le differenze ma soprattutto le analogie, al fine di ottenere una visione globale del fenomeno comunicativo e acquisendo contemporaneamente una efficacia comunicativa applicabile a qualsiasi aspetto delle attività umane.
Competenze Acquisite	Lo studente apprenderà in questo corso i fondamenti, le tecniche e le metodologie scientifiche alla base della comunicazione umana, studiandole sia a livello dei singoli individui che di gruppi.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di comunicazione 2. L'evoluzione della comunicazione 3. Forma e funzione nella comunicazione 4. La comunicazione visiva 5. La comunicazione uditiva 6. La comunicazione tattile 7. Altre forme di comunicazione non-verbale 8. La comunicazione umana e il contesto culturale 9. Comunicazione umana e gender
Testi Consigliati	▪ L. LOTTO, R. RUMIATI, Introduzione alla psicologia della comunicazione, Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 2013
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Introduzione al concetto di marketing e alle sue relazioni sia interne che esterne all'azienda. Ruolo sociale del marketing e suoi effetti sul mercato e sui singoli soggetti. Principali indirizzi di pensiero nel marketing contemporaneo. Gli strumenti di pianificazione strategica del marketing e suoi strumenti operativi. Metodi e tecniche per prevedere e anticipare le fluttuazioni dei trend.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi comportamentale del consumatore e dei suoi bisogni. Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi dei target e dei mercati di riferimento. Conoscenza e comprensione dei metodi di progettazione, sviluppo e applicazione di sistemi d'offerta.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia 2. Il marketing e la strategia aziendale 3. Macromarketing e micromarketing 4. La gestione delle informazioni nel Marketing 5. Analisi comportamentale del consumatore privato 6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale 7. Posizionamento, segmentazione e targeting 8. Pricing 9. I canali del marketing 10. Lo sviluppo di nuovi prodotti 11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni 12. Digital marketing e clienti digitali 13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo
Testi Consigliati	▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE	
SSD: SPS/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente ai principi della sociologia applicata alla comunicazione con una particolare attenzione alle moderne forme di comunicazione multimediale.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente apprenderà, tra l'altro, come analizzare i media (in particolar modo quelli digitali) alla luce delle principali teorie sociologiche; esplorerà i rapporti tra informazione società identificato le ragioni dell'errata ricezione del messaggio da parte del ricevente; comprenderà le dinamiche della comunicazione in campi specifici quale la politica e i rapporti con persone proveniente da un diverso background socio-culturale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. I media, la comunicazione e i cambiamenti sociali 2. I media tradizionali e i nuovi media: similitudini, differenze e interazioni 3. I social network e la modifica della percezione identitaria di gruppo 4. I social media e scale valoriali 5. I social media e i nuovi paradigmi di interazione sociale 6. Nuove forme di comunicazione e orientamento politico 7. Nuove forme di comunicazione e trasformazione sociale 8. Differenze di percezione dei nuovi strumenti di comunicazione per fascia d'età
Testi Consigliati	▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

METODI COMPOSITIVI PER LA COMUNICAZIONE	
SSD: L-LIN/01	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso aiuterà lo studente a sviluppare le proprie capacità compositive per redigere diversi tipi di documenti quali saggi, articoli, relazioni, reportage, ecc., al fine di instaurare un rapporto comunicativo con il lettore che sia chiaro, corretto e non ambiguo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà assimilato le tecniche di base per analizzare i bisogni e le motivazioni di diversi tipi di destinatari e sarà in grado di comporre testi sia di carattere generale che tecnico per il target comunicativo selezionato.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le diverse tipologie dei destinatari nella comunicazione 2. Grammatica e stile nella comunicazione scritta e verbale 3. L'uso degli strumenti retorici nella comunicazione scritta e verbale 4. La redazione del testo e i suoi procedimenti 5. La scrittura "tecnica": gerghi e terminologie specifiche 6. Alcune convenzioni nella comunicazione professionale 7. Nuove tecnologie di scrittura e di lettura 8. Etica, accessibilità e inclusività nella comunicazione professionale
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M. Santambrogio, Manuale di scrittura (non creativa), Laterza, 4a Edizione, 2008
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

STORIA CONTEMPORANEA	
SSD: M-STO/04	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Il corso mira ad offrire una panoramica imparziale sulla storia nazionale ed internazionale degli ultimi settantacinque anni, analizzando ed interpretando con rigore scientifico le dinamiche socio-politiche che hanno determinato gli eventi che hanno caratterizzato il XX secolo con riflessi che perdurano sotto varie forme ancor oggi nel XXI secolo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito una profonda conoscenza della storia italiana dalla fine della seconda guerra mondiale sino ad oggi e sarà in grado, applicando rigorosamente il metodo scientifico appreso durante il corso, di trattare e sviluppare tali temi storici in piena autonomia di giudizio e indipendenza di pensiero.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alle metodologie di ricerca storica 2. La nascita dei partiti politici italiani 3. Il dopoguerra e l'Assemblea Costituente 4. Le prime riforme 5. I movimenti giovanili 6. I movimenti studenteschi 7. I movimenti operai 8. La degenerazione della protesta: gli "anni di piombo" 9. La "strategia della tensione" 10. La fine del boom: crisi economica e crisi politica 11. Gli anni Ottanta e il cambio di paradigma sociale, politico ed economico 12. Gli anni Novanta: l'abbattimento del muro di Berlino e il tracollo dell'Unione Sovietica 13. Gli anni Novanta: "Tangentopoli" e la fine della "Prima Repubblica" 14. Gli anni Novanta: le stragi di mafia e la trattativa Stato-mafia



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>15. Il tentativo di far nascere una "Seconda Repubblica" e le riforme mai attuate</p> <p>16. L'11 settembre 2001 e la "War on Terror" di George W. Bush</p> <p>17. Il coinvolgimento italiano nelle missioni militari internazionali</p> <p>18. La crisi finanziaria del 2008 e l'impatto socio-economico globale</p> <p>19. Gli anni 2010: crisi economiche, cambiamento climatico e l'inizio della pandemia di COVID-19</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. Crainz, Storia della Repubblica. L'Italia dalla Liberazione ad oggi, Roma, Donzelli, 2016
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE	
SSD: SPS/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso offre allo studente le conoscenze e gli strumenti per effettuare ricerche in ambito sociale che possono spaziare dalla politica alla customer satisfaction, dal mutamento dei costumi alla ricerca e selezione di personale specializzato ecc.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di decidere autonomamente e in maniera critica come impostare la campagna di ricerca, quali strumenti selezionare e applicare e come interpretare i dati raccolti.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concetti fondamentali della metodologia della ricerca sociale 2. Ipotesi di lavoro: sviluppo e attuazione 3. La consultazione della letteratura specifica 4. Ricerca sociale e metodo scientifico 5. La raccolta dei dati 6. Analisi dei dati raccolti 7. Approcci di ricerca e loro caratteristiche 8. I sondaggi di opinione: tecniche pratiche di raccolta dati sul campo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ P. NATALE, La ricerca sociale, Laterza, 2007 ▪ P. NATALE, Il sondaggio, Laterza, 2004
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	
SSD: IUS/09	ECTS: 3
Obiettivi Formativi	Questo corso si prefigge di illustrare sia le fonti del diritto dell'informazione, in particolar modo quelle costituzionali, e le leggi che attualmente regolano le libertà personali e aziendali in merito all'informazione e all'espressione.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà sia le fonti giuridiche che originano il diritto all'informazione sia la legislazione che lo regola garantendone tanto l'esercizio quanto stabilendone i limiti.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. La libertà d'informazione nella Costituzione della Repubblica Italiana 2. La libertà d'informazione nell'Unione Europea e nel diritto internazionale 3. Cenni storici sulla stampa e sulla libertà di stampa 4. La libertà di stampa nell'ordinamento italiano 5. Le trasmissioni radiotelevisive: origini storiche e loro evoluzione giuridica 6. Diritto dell'Informazione e multimedialità: Internet, "Big Tech" e "fake news"
Testi Consigliati	▪ R. ZACCARIA, Diritto dell'informazione e della comunicazione, CEDAM, 11a edizione, 2021
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

ETICA E SOCIOLOGIA DEI NUOVI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA	
SSD: SPS/08	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	In questo corso lo studente affronterà i delicati argomenti dell'analisi sociologica dai social media e degli effetti di condizionamento sulla popolazione generale da parte di grandi attori quali multinazionali, governi, movimenti politici, ecc. In particolar modo verrà affrontato l'aspetto etico relativo a tali argomenti soprattutto alla luce dei recenti casi di cronaca nazionale ed internazionale.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito le conoscenze inerenti i mezzi di comunicazione di massa e i meccanismi che governano la loro interazione con il pubblico, mantenendo un pensiero critico autonomo costante soprattutto riguardo le questioni etiche che l'utilizzo di questi mezzi suscita.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di media e loro classificazione 2. Comunicazione di massa 3. Caratteristiche dei mass media 4. Social media e nuovi media 5. Pubblico e cultura di massa 6. Etica dei media 7. La libertà di stampa 8. Tipi di media 9. Funzioni dei media 10. Sviluppo dei mezzi di comunicazione 11. Internet e la rivoluzione dell'informazione 12. Prospettive teoriche dei media 13. Adorno e Horkheimer: la Scuola di Francoforte 14. McLuhan: Il medium è il messaggio 15. Jean Baudrillard: simulacri e iperrealità 16. Angela McRobbie: la cultura popolare 17. Media e società



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<ol style="list-style-type: none"> 18. Ruolo dei media nel cambiamento e nello sviluppo sociale 19. Ruolo dei media nell'istruzione 20. I media come fonte di intrattenimento 21. Influenza del cinema e della televisione 22. Impatto dei media sulle donne 23. Reciprocità tra media e giovani 24. Il cambio di paradigma nella stampa e nell'editoria 25. I social media quali piattaforma vitale 26. Leggi ed etica dei media 27. Cenni storici sulle leggi sui media in Italia, Europa e Nord America 28. Leggi sulla stampa e leggi che disciplinano le informazioni digitali 29. I media come business 30. Il paradosso dei social media e dei media tradizionali 31. L'etica dei media e il suo impatto sul sistema di valori 32. Media: tendenze e sfide emergenti 33. La copertura mediatica di varie forme di violenza 34. Il futuro della democrazia e dei media 35. Giustizia sociale e attivismo mediatico 36. Media e magistratura 37. Media e attivismo politico 38. I mass media come generatori culturali
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE	
SSD: IUS/14	ECTS: 3
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente ai fondamenti della legislazione europea in materia di comunicazioni soffermandosi sulle divergenze e convergenze dei vari ordinamenti nazionali nel quadro dell'armonizzazione europea del diritto.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà un adeguato quadro di riferimento giuridico in materia delle libertà di comunicazione e in particolare quella dei nuovi media, del giornalismo digitale, dell'attività pubblicitaria e sarà in grado di prendere decisioni preventive per adeguarsi alla legislazione europea attualmente in vigore.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. I diritti fondamentali della persona nel diritto europeo 2. Legislazione europea e libertà di stampa 3. La legislazione europea e l'editoria 4. La legislazione europea e le trasmissioni radiotelevisive 5. Media digitali e tutela della privacy 6. Contenziosi in materia di comunicazione tra Stati membri dell'Unione Europea
Testi Consigliati	▪ U. Villani, Istituzioni di diritto dell'Unione europea, Cacucci Editore, Bari, 2017
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE	
SSD: M-PSI/01 M-PSI/05	ECTS: 3
Obiettivi Formativi	Fornire conoscenze relative ai processi psicologici sociali, individuali e di gruppo che influenzano il funzionamento dei gruppi classe e delle organizzazioni scolastiche (conoscenza dei processi psicologici inerenti al Sé, identità, gruppo, comunità anche nella dimensione culturale). Fornire conoscenze relative a atteggiamenti e alla formazione dei pregiudizi, alla gestione dei conflitti e al fenomeno del bullismo.
Competenze Acquisite	Lo studente avrà una conoscenza di base della psicologia di base e acquisirà una competenza in particolari meccanismi psicologici che hanno una valenza pratica che va al di là del loro ambito applicativo primario.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principali modelli teorici 2. Il Sé e l'acquisizione dell'identità in adolescenza (resilienza, autostima, autoefficacia) 3. Atteggiamenti, stereotipi e i pregiudizi 4. Percezione della diversità 5. Elementi di team building (gestione delle dinamiche di gruppo e dei conflitti) 6. La comunicazione: aspetti verbali e non verbali 7. Bullismo e cyberbullismo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pojaghi, B. e Nicolini, P. Contributi di psicologia sociale in contesti socio-educativi Franco Angeli, Milano, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

POLITICHE SOCIALI	
SSD: SPS/07	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Dopo aver esplorato le teorie sociologiche alla base dell'analisi delle politiche sociali lo studente si immergerà interamente nella realtà delle politiche sociali italiane considerate sia a sé stanti che nel quadro di una sempre maggior uniformazione e integrazione sul piano comunitario europeo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà una chiara panoramica dell'attuale situazione in merito alle politiche del lavoro e pensionistiche, politiche educative, politiche sanitarie, politiche per la parità di genere, politiche sociali per l'immigrazione e altre tematiche di rilevante interesse sociale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le politiche sociali in Italia nel '900 2. La transizione neoliberista in Italia dagli anni '90 a oggi 3. Le politiche del lavoro in Italia dal 1970 ad oggi 4. Millennials e crisi educativa 5. La politica sanitaria in Italia prima e durante la pandemia di COVID-19 6. Femminicidio e parità di genere: strumenti legislativi e giudiziari per creare un'inversione di tendenza 7. Dalle "rivoluzioni colorate" alle rotte migratorie: l'Italia quale capofila europeo nell'accoglienza dei migranti 8. Calo della natalità, immigrazione e politiche della famiglia 9. Sovraffollamento delle carceri e riabilitazione dei detenuti 10. Xenofobia e razzismo nell'Italia e nell'Europa del XXI secolo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kazepov Y., Carbone D., Che cos'è il welfare state, Carocci, Roma, 2018 ▪ Esping-Andersen G., La rivoluzione incompiuta. Donne, famiglie e welfare, il Mulino, Bologna, 2011 ▪ Sabatinelli S., Politiche per crescere. La prima infanzia tra cura e investimento sociale, il Mulino, Bologna, 2017
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

SEMIOTICA DEI MEDIA	
SSD: M-FIL/05	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso tratterà di semiotica dei media, sia di quelli tradizionali che di quelli digitali e illustrerà come i nuovi media digitali stanno cambiando la natura della comunicazione. Il corso esaminerà l'uso della semiotica per studiare come avviene la trasmissione del significato nei media interattivi rispetto ai più vecchi e ancora esistenti media unidirezionali quali ad esempio la stampa, la televisione e la radio.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare i media sotto l'aspetto semiotico e sarà in grado di produrre materiale originale semioticamente competente e studiato appositamente per il medium o i media prescelti per la trasmissione del messaggio.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla comunicazione audiovisiva 2. Teorie visive e codici visivi 3. La persuasione 4. Analisi audiovisiva dei media 5. Musica 6. Fotografia 7. Cinema 8. La "nona arte": il fumetto 9. Internet e la diffusione virale dei contenuti medialità: un'analisi semiotica
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grice Paul, Logica e conversazione. Saggi su intenzione, significato e comunicazione. Il Mulino, 1993
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.

SUPDI



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

TESINA FINALE

SSD: -

ECTS: 3

La Tesina Finale sarà da concordare con un Docente del Corso DAS e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.