

# ECONOMIA AZIENDALE E COMUNICAZIONE FINANZIARIA [ EACF\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** FRANCESCA COSTANZA

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso si propone la duplice finalità di:

- fornire ai discenti strumenti teorici e operativi utili alla comprensione e analisi degli istituti aziendali e le loro logiche di governo;

- favorire la comprensione della comunicazione finanziaria come strumento aziendale di gestione delle relazioni con gli stakeholders.

## Prerequisiti

È gradita la conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione testi).

## Contenuti del corso

Italiano

Per studenti frequentanti:

I principali contenuti del corso sono i seguenti:

- definizione di azienda
- finalismo aziendale
- aspetto economico e finanziario della gestione
- economicità e solvibilità
- formula imprenditoriale
- elementi chiave della gestione aziendale
- soggetto giuridico ed economico
- bilancio d'esercizio
- comunicazione d'impresa
- comunicazione finanziaria
- comunicazione obbligatoria e volontaria
- tecniche di comunicazione finanziaria.

Per studenti non frequentanti:

Oltre ai contenuti già previsti per i frequentanti, i non frequentanti dovranno approfondire alcune tematiche indicate dalla docente (si prega di inviare una mail per delucidazioni su risorse didattiche aggiuntive).

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni e svolgimento di lavori di gruppo, analisi di testi di letteratura scientifica e professionale.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano (per studenti frequentanti e non frequentanti)

Prova scritta e prova orale.

Durante il corso verrà data la possibilità di svolgere due prove intermedie scritte.

La valutazione sarà espressa in trentesimi.

Gli studenti con Bisogni Educativi Speciali (BES), formalmente certificati e con documentazione regolarmente depositata in segreteria, possono contattare la Prof. Costanza per concertare opportuni strumenti compensativi in accordo con la normativa di riferimento.

## Testi di riferimento

Per studenti frequentanti:

Sorci, C., *Lezioni di economia aziendale*, Giuffrè editore, Milano, 2014.

Guidara, F., *La comunicazione finanziaria*, Egea, Milano, 2011.

Materiali didattici obbligatori saranno forniti dalla docente durante il corso e resi disponibili su apposita piattaforma web.

Per studenti non frequentanti:

Oltre ai testi e ai materiali già previsti per i frequentanti, per gli studenti non frequentanti sono previsti alcuni approfondimenti. Si prega di contattare la docente per indicazioni sulle risorse didattiche aggiuntive.

**L'attività didattica è offerta in:**

### **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	9	SECS-P/07

*Stampa del 15/12/2022*

# FONDAMENTI DI INTERNET LAW [ FIL\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** GABRIELE CARAPEZZA FIGLIA

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso ha l'obiettivo di fornire allo studente lo strumentario giuridico di base relativamente al diritto dei contratti e alla responsabilità civile e di trasmettergli la conoscenza dei problemi giuridici collegati allo svolgimento delle attività economiche su internet ed i relativi risvolti civilistici.

## Prerequisiti

CONSOLIDATA CONOSCENZA DELL'ITALIANO SCRITTO E ORALE; CAPACITÀ DI CONSULTAZIONE DEI PRINCIPALI TESTI NORMATIVI

## Contenuti del corso

Italiano Le fonti del diritto nel mondo di Internet

- La legge applicabile agli atti giuridici compiuti con mezzi informatici. La giurisdizione competente
- Il commercio elettronico. Il contratto come principale strumento di innovazione e di regolazione giuridica su Internet
- I contratti per l'accesso alla rete
- I contratti del commercio elettronico (fra imprese e fra imprese e consumatori)
- I contratti ad oggetto informatico (contratto di sviluppo, contratto di licenza d'uso, ecc.)
- I nuovi contratti atipici
- La tutela del consumatore nel commercio elettronico
- La firma digitale e le firme elettroniche. Le prove informatiche
- La tutela dei diritti della personalità su Internet.
- Il trattamento dei dati personali: privacy, anonimato ed esigenze di informazione.
- La lesione dei diritti della personalità con mezzi informatici: tutela cautelare e risarcimento del danno
- La tutela dei beni informatici fra diritto d'autore, brevetto e diritto sui generis. La tutela dei domain names
- La responsabilità civile del provider
- I titoli di credito informatici. I mezzi di pagamento. La moneta elettronica

## Metodi didattici

ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

IL CORSO SI COMPONE DI 60 ORE DI LEZIONI, CHE RICHIEDONO UNA PARTECIPAZIONE ATTIVA DEGLI STUDENTI.

MODALITÀ DI FREQUENZA

IL CORSO È PROGETTATO PER STUDENTI CHE FREQUENTINO CON REGOLARITÀ.

LINGUA DI INSEGNAMENTO: ITALIANO

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: ESAME FINALE ORALE, CHE TIENE CONTO DELLA PARTECIPAZIONE ATTIVA ALLE LEZIONI.

per studenti frequentanti: PROVA PARZIALE (ELABORATO SCRITTO) E ESAME FINALE ORALE (AVENTE AD OGGETTO IL RESTANTE PROGRAMMA).

per studenti non frequentanti: ESAME FINALE ORALE (AVENTE AD OGGETTO L'INTERO PROGRAMMA).

## Testi di riferimento

G. Finocchiaro, Diritto di Internet, Zanichelli, ult. ed.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	9	IUS/01

*Stampa del 15/12/2022*

# I IDONEITÀ DI LINGUA INGLESE [ ILING\_L20 ]

**Offerta didattica a.a. 2022/2023**

**Docenti:** FITTIZIO DOCENTE

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## **Contenuti del corso**

Vedi il sito [www.lumsa.it](http://www.lumsa.it) , servizi, CLIC, Programma dei corsi

[https://www.lumsa.it/servizi\\_clic\\_programmi](https://www.lumsa.it/servizi_clic_programmi)

**L'attività didattica è offerta in:**

## **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	0	L-LIN/12

*Stampa del 15/12/2022*

# INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE DIGITALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE [ IAC\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** GIOVANNI FULANTELLI

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso è organizzato in due fasi complementari: partendo dall'analisi delle principali tappe tecnologiche che hanno portato alla realtà digitale in cui viviamo oggi, nella prima fase il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti teorici e operativi utili alla comprensione dei meccanismi che governano la comunicazione dell'azienda attraverso gli strumenti digitali. Durante la seconda fase, il corso intende promuovere negli studenti, attraverso l'analisi di casi studio, le conoscenze, abilità e competenze per comprendere e valutare i cambiamenti aziendali legati all'evoluzione delle tecnologie basate sull'Intelligenza Artificiale

## Prerequisiti

- Conoscenza della lingua inglese (lettura e comprensione dei testi).
- Competenze di base sull'uso del computer (funzioni base del sistema operativo; editor di testi; programmi per realizzare presentazioni multimediali; utilizzo di un browser; utilizzo di un motore di ricerca)

## Contenuti del corso

Italiano

I principali contenuti del corso sono i seguenti:

- nascita e sviluppo delle tecnologie per la comunicazione digitale
- The Cluetrain manifesto: importanza storica e limiti
- Meccanismi di funzionamento del Web (cenni a html e http)
- Funzionamento di un motore di ricerca
- I fenomeni Filter Bubble ed Echo chamber
- La presenza delle aziende sul Web: casi studio
- Principali meccanismi che governano il ranking nel SERP dei motori di ricerca
- Le strategie SEO
- Il ruolo dei social media nelle politiche aziendali
- Big data
- Introduzione all'Intelligenza Artificiale
- Breve storia dell'Intelligenza Artificiale
- Cenni sugli algoritmi di Machine Learning e Deep Learning
- L'Intelligenza Artificiale e la strategia aziendale: casi studio
- Intelligenza Artificiale, aspetti etici e il valore sociale

## Metodi didattici

Lezioni frontali; sessioni di brainstorming; lezioni partecipate; presentazione di casi studio; Esercitazioni anche attraverso l'utilizzo delle piattaforme e-learning della LUMSA

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta preliminare e colloquio orale finalizzati a valutare la conoscenza degli argomenti del corso e le capacità linguistico-comunicative degli studenti.

La valutazione sarà espressa in trentesimi.

Gli studenti con Bisogni Educativi Speciali (BES), formalmente certificati possono contattare il docente per concertare opportuni strumenti compensativi in accordo con la normativa di riferimento.

## Testi di riferimento

- Mandelli A., Intelligenza Artificiale e marketing, Egea, Milano, 2018.
- Dispense e materiali didattici forniti dal docente durante il corso (resi disponibili su piattaforma e-learning della LUMSA).

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	6	ING-INF/05

*Stampa del 15/12/2022*

# ISTITUZIONI E ORGANIZZAZIONI POLITICHE [ IOP\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** DANIELA NOVARESE

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

L'insegnamento ha come obiettivo formativo quello di fornire agli studenti conoscenze e competenze di base relative alla storia delle istituzioni e delle organizzazioni politiche in Italia tra XIX e XXI secolo, con particolare riguardo al tema della comunicazione politico-istituzionale.

Lo studente:

sarà in grado di comprendere le trasformazioni della società contemporanea con particolare riguardo al contesto istituzionale e delle organizzazioni politiche;

sarà in grado di utilizzare criticamente le molteplici chiavi interpretative acquisite.

## Prerequisiti

Conoscenze di base della Storia delle istituzioni e delle organizzazioni politiche italiane contemporanee.

## Contenuti del corso

Italiano (distinguere tra)  
per studenti frequentanti:

Il corso, sviluppato con l'ausilio di power point e di altro materiale didattico fornito durante le lezioni, si pone l'obiettivo formativo di fornire agli studenti conoscenze e competenze di base relative alla storia delle istituzioni e delle organizzazioni politiche in Italia tra XIX e XXI secolo, con particolare attenzione al tema della comunicazione politico-istituzionale.

Si affronteranno, con l'esemplificazione di taluni casi di studio, le problematiche relative alla trasformazione, nel tempo, dei codici e dei modelli della comunicazione che attiene all'ambito delle istituzioni e delle organizzazioni politiche, determinata dall'uso di strumenti assai diversi (discorsi, scritti, documentari, manifesti di propaganda elettorale, comizi, radio, TV, social).

per studenti non frequentanti:

Gli studenti non frequentanti seguiranno i testi indicati per la preparazione dell'esame.

## Metodi didattici

Il corso, supportato da power point e da altro materiale didattico fornito dal docente agli studenti frequentanti, si articolerà in lezioni frontali e incontri seminariali di approfondimento con studiosi delle tematiche trattate.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

per studenti frequentanti:

Colloquio orale sugli argomenti trattati durante il corso di lezioni. Il colloquio sarà volto ad accertare, oltre le abilità e competenze previste dagli obiettivi formativi e dai contenuti del corso, anche la capacità espositiva e la proprietà di linguaggio. È possibile prevedere prove intermedie in itinere le cui modalità saranno rese note dal docente all'inizio del corso.

per studenti non frequentanti:

Colloquio orale sugli argomenti trattati dai libri di testo indicati per la preparazione dell'esame. Il colloquio sarà volto ad accertare, oltre le abilità e competenze previste dagli obiettivi formativi e dai contenuti del corso, anche la capacità espositiva e la proprietà di linguaggio.

## Testi di riferimento

per studenti frequentanti:



F. Bonini, Storia costituzionale della repubblica. Profilo e documenti (1948-1992), Roma, Carocci, 2007, pp. 224

E. Novelli, Le campagne elettorali in Italia. Protagonisti, strumenti, teorie, Roma-Bari, Laterza, 2018, pp. 208

per studenti non frequentanti:

F. Bonini, Storia costituzionale della repubblica. Profilo e documenti (1948-1992), Roma, Carocci, 2007, pp. 224

Le parole del potere. Il lessico delle istituzioni in Italia, a cura di G. Melis, G. Tosatti, Bologna, il Mulino, 2021, pp. 11-148; 269-340.

### **L'attività didattica è offerta in:**

#### **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	6	SPS/03

*Stampa del 15/12/2022*

# LINGUISTICA E GALATEO DIGITALE [ LGD\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** MARZIA CARIA

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Il corso si propone di presentare agli studenti i fondamenti della linguistica italiana con specifica attenzione alle varietà del repertorio. In particolare si insisterà sulla variazione diamesica, di grande rilevanza sul piano della comunicazione anche in relazione ai linguaggi dei media. Si presenterà inoltre, al fine di sviluppare le conoscenze del livello diacronico, un sintetico profilo di storia della lingua italiana. Nella seconda parte il corso si propone di fornire un bagaglio minimo di conoscenze dei meccanismi di funzionamento della lingua operanti nei testi, con particolare riguardo ai tipi di testo nati con la scrittura digitale.

## Prerequisiti

Buona conoscenza della lingua italiana parlata e scritta.

## Contenuti del corso

Italiano: Nel corso delle lezioni si tratterà il quadro dell'italiano contemporaneo in chiave sociolinguistica, con particolare attenzione alla descrizione delle varietà del repertorio. Si esamineranno i principi fondamentali che regolano la costruzione di un testo scritto e le principali tipologie testuali dell'italiano contemporaneo (testi scritti, orali e trasmessi), con specifica attenzione alle questioni di lingua e di stile. Parte del corso sarà inoltre dedicata alla presentazione di un rapido profilo della storia della lingua italiana.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, lezioni partecipate, esercitazioni in aula, prove in itinere. Materiali aggiuntivi, avvisi ecc. verranno caricati anche sulla piattaforma e-learning della LUMSA.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Prova scritta preliminare e colloquio orale valuteranno la conoscenza degli argomenti affrontati durante il corso e le capacità linguistico-comunicative dello studente.

## Testi di riferimento

Studenti frequentanti:

- 1) Materiali forniti e commentati durante le lezioni;
- 2) Alberto A. Sobrero, Annarita Miglietta, Introduzione alla linguistica italiana, Roma-Bari, Laterza, 2021 (nuova edizione), limitatamente alla II parte;
- 3) Giuliana Fiorentino, L'italiano e le abilità comunicative, Roma, Carocci, 2022;
- 4) Marco Biffi, Viaggio nei tempi della lingua italiana, Firenze, Franco Cesati Editore, 2017.

Studenti non frequentanti:

- 1) Alberto A. Sobrero, Annarita Miglietta, Introduzione alla linguistica italiana, Roma-Bari, Laterza, 2021 (nuova edizione), limitatamente alla II parte;
- 2) Giuliana Fiorentino, L'italiano e le abilità comunicative, Roma, Carocci, 2022;
- 3) Marco Biffi, Viaggio nei tempi della lingua italiana, Firenze, Franco Cesati Editore, 2017;
- 4) Elena Pistolesi, L'italiano del web: social network, blog & co., Firenze, Cesati, 2022.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	9	L-FIL-LET/12

*Stampa del 15/12/2022*

## **OFA DI LINGUA INGLESE [ OLING\_L20 ]**

**Offerta didattica a.a. 2022/2023**

**Docenti:** FITTIZIO DOCENTE

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

**Syllabus non pubblicato dal Docente.**

**L'attività didattica è offerta in:**

### **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	0	L-LIN/12

*Stampa del 15/12/2022*

# SVILUPPO DEI SISTEMI ECONOMICI E DELLA SOCIETÀ [ SSES\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** VITO PIPITONE, LUIGI BENFRATELLO

**Periodo:** Secondo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

Italiano: Il corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti necessari per comprendere e interpretare i principali fenomeni economici.

## Prerequisiti

Per lo studio dello Sviluppo dei sistemi economici e della società non è richiesto alcun prerequisito.

## Contenuti del corso

Italiano

Per gli studenti frequentanti:

1. Il mercato (domanda, offerta, equilibrio del mercato, elasticità, efficienza del mercato, controllo dei prezzi, imposte e sussidi)
2. Allocazioni di mercato inefficienti (esternalità, asimmetrie informative, beni pubblici e risorse collettive)
3. Il comportamento delle imprese (costi di produzione, le imprese nelle diverse strutture di mercato)
4. I mercati dei fattori di produzione (mercato del lavoro)
5. I dati della macroeconomia (produzione aggregata, variazione dei prezzi)
6. La crescita economica di lungo periodo (teoria classica, modello di Solow, teoria della crescita endogena)
7. La moneta (sistema monetario, teoria classica dell'inflazione)
8. Le fluttuazioni economiche di breve periodo (cicli economici, domanda aggregata, offerta aggregata, effetti della politica monetaria e della politica fiscale)

Per gli studenti non frequentanti:

- a) Programma per gli studenti frequentanti (punti 1-8)
- b) Le economie aperte
- c) La curva di Phillips

## Metodi didattici

L'insegnamento si svilupperà attraverso lezioni frontali. Tali attività andranno integrate dallo studio individuale del testo di riferimento e dei materiali eventualmente distribuiti durante le lezioni.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano: L'esame consiste in una prova orale, sia per gli studenti frequentanti che per i non frequentanti

## Testi di riferimento

Principi di Economia

N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor

Ed. Zanichelli

Per gli studenti frequentanti, i capitoli da studiare sono:

1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 31, 32, 33, 34.

Per gli studenti non frequentanti, i capitoli da studiare sono:

1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35.

**L'attività didattica è offerta in:**

## Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
------------	-------------------------------	----------	---------	--------

Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	9	SECS-P/01, SECS-P/01
-----------------	--	--------	---	-------------------------

*Stampa del 15/12/2022*

# TEOLOGIA SACRA SCRITTURA [ TSS\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** EMANUELE MASSIMO MUSSO

**Periodo:** Ciclo Annuale Unico

## Obiettivi formativi

Acquisizione d'una metodologia di lettura della Bibbia e conoscenza della "storia degli effetti" delle pagine bibliche sulla "cultura occidentale".

## Prerequisiti

Consigliabile (non obbligatoria) la conoscenza del greco antico.

## Contenuti del corso

Italiano (distinguere tra)

per studenti frequentanti: Il corso prevede "l'incontro" dello studente con alcune pagine della Bibbia. Si sono scelte le pagine dei Vangeli che riguardano Maria di Nazaret, la madre di Gesù. Non ci soffermerà solamente sulla lettura e interpretazione delle pagine evangeliche, ma anche sulla loro "trascrizione" culturale in pittura, scultura, architettura, poesia, musica...

per studenti non frequentanti:

Agli studenti non frequentanti è richiesta la lettura di un testo supplementare, indicato sotto.

## Metodi didattici

Lezione frontale, dialogo, presentazione dipinti.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

per studenti frequentanti: Esame orale.

per studenti non frequentanti: Esame orale.

## Testi di riferimento

per studenti frequentanti:

E. M. Musso, Maria nei Vangeli. Meditazioni bibliche, Ex libris, Palermo 2020.

per studenti non frequentanti: E. M. Musso, Maria nei Vangeli. Meditazioni bibliche, Ex libris, Palermo 2020; S. Grasso, Gesù racconta la misericordia. Parabole dai Vangeli di Matteo e Luca, Edb, Bologna 2016.

## L'attività didattica è offerta in:

### Giurisprudenza

Tipo corso	Corso di studio (Ordinamento)	Percorso	Crediti	S.S.D.
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	3	NN

Stampa del 15/12/2022

# TEORIA E METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE DIGITALE [ TMRS\_L20 ]

Offerta didattica a.a. 2022/2023

**Docenti:** UMBERTO DI MAGGIO

**Periodo:** Primo Ciclo Semestrale

## Obiettivi formativi

The course is organised into three modules. In the first module, theoretical knowledge of the classical roots and contemporary challenges of sociological science is provided, with particular reference to the processes of globalisation. In the second module, changes in lifestyles and consumption due to the advent and development of digital technology are addressed. In the third methodological module, qualitative and quantitative methods of collecting and analysing digital data are examined, with particular reference to the study of social media, online content and new forms of social networking.

## Prerequisiti

Rispetto delle propedeuticità come da Regolamento del Corso di Laurea.

## Contenuti del corso

Italiano

Per studenti frequentanti: TEORIE SOCIOLOGICHE CLASSICHE (Funzionalismo positivista, Materialismo conflittuale, Teoria della scelta razionale e dell'azione sociale, Forme e contenuti sociali, Azioni logiche e non logiche), TEORIE SOCIOLOGICHE CONTEMPORANEE (Struttural-funzionalismo, Teoria dell'agire comunicativo, Teoria dei sistemi sociali, Fenomenologia ed ermeneutica, Interazionismo simbolico e rappresentazione scenica della società, Sociologia delle emozioni, Morfogenesi e riflessività, Buone ragioni e fiducia in se stessi, Società del rischio, Modernità liquida, Riconoscimento reciproco); SOCIOLOGIA DIGITALE (Economia globale dell'informazione, Tecnologie e dati digitali, Prosumismo, e Neoliberalismo, Vigilanza digitale, Corporeità digitale, Corpo/se digitalizzato, Big-data e critica dei Big-data, Disuguaglianze e differenze nella fruizione delle tecnologie digitali, Sorveglianza digitale, Attivismo digitale, Politica digitale, Algoritmi, Social media); METODI DIGITALI QUALITATIVI E QUANTITATIVI PER LA RICERCA SOCIALE (Virtual Ethnography, Online social groups, Interviste online, Focus group online, Web surveys, Raccolta dati da API e Socialmedia, Webscraping, Text mining, Sentiment analysis, Network Analysis, Content Analysis).

Per studenti non frequentanti: Il programma per gli studenti non-frequentanti è il medesimo di quello dei frequentanti.

## Metodi didattici

Lezioni frontali, esercitazioni, seminari, case studies, incontri di approfondimento.

## Modalità di verifica dell'apprendimento

Italiano:

Per gli studenti frequentanti è previsto un esame scritto e orale. Saranno possibili verifiche intermedie, esercitazioni e la richiesta di tesine su taluni argomenti del corso o su case studies specifici. Agli studenti frequentanti verrà fornita una selezione di materiali didattici a cura del docente. Gli studenti non frequentanti dovranno concordare con il docente i testi, articoli scientifici e materiali didattici aggiuntivi che saranno oggetto d'esame. Per gli studenti frequentanti è prevista - prima dell'esame orale - una prova scritta propedeutica di fine corso che potrà constare di un quiz a risposta chiusa o aperta, nella redazione di una tesina sugli argomenti inseriti nel syllabus o nel commento ragionato ad un articolo o di una parte di un testo. Il superamento con profitto della prova propedeutica consente agli studenti frequentanti di accedere all'esame finale con il programma a loro riservato che tiene conto del materiale didattico utilizzato a lezione. In caso contrario lo studente dovrà concordare con il docente un programma specifico d'approfondimento. Il voto finale prende in considerazione complessivamente: la competenza espositiva, la capacità critica ed il grado di apprendimento degli argomenti della materia. Concorre alla valutazione positiva anche l'interesse ed coinvolgimento che lo studente dimostra durante l'intero svolgimento dell'insegnamento.

## Testi di riferimento

Per studenti frequentanti:



1. Crespi F., Cerulo M. (2022). Il pensiero sociologico. Bologna: Il Mulino
2. Lupton D. (2018). Sociologia digitale. Milano: Pearson
3. Caliandro A., Gandini A. (2019). I metodi digitali nella ricerca sociale, Roma: Carocci

Nel corso dell'insegnamento sarà fornita una lista di ulteriori testi, articoli scientifici e materiali didattici. Tale lista sarà pubblicata anche sulla pagina docente.

Per studenti non frequentanti:

Gli studenti non frequentanti, oltre alla lista di testi riservata agli studenti frequentanti, dovranno concordare con il docente ulteriori riferimenti bibliografici di approfondimento.

### **L'attività didattica è offerta in:**

#### **Giurisprudenza**

<b>Tipo corso</b>	<b>Corso di studio (Ordinamento)</b>	<b>Percorso</b>	<b>Crediti</b>	<b>S.S.D.</b>
Corso di Laurea	COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING (2022)	comune	9	SPS/07

*Stampa del 15/12/2022*