

CORSO DI STUDIO LM59 - COMUNICAZIONE DIGITALE E MARKETING

| <p style="text-align: center;">UNITA' DIDATTICHE</p> <p>DESCRITTORI DI DUBLINO Competenze sviluppate e verificate</p> | Diritto dei media digitali | Cambiamento sociale e media digitali | Social media e comunicazione multimediale | Psicologia sociale e della comunicazione | Spettacolo e artefatti digitali | Psicologia dei gruppi e delle communities | Marketing digitale | Statistica per le analisi economiche e aziendali | Sociologia della cultura e dei media |
|---|---|--------------------------------------|---|--|---------------------------------|---|--------------------|--|--------------------------------------|
| A: CONOSCENZA E CAPACITA' DI COMPRESIONE | Aquisizione di competenze teoriche e operative | | | | | | | | |
| Capacità di confrontarsi con i linguaggi specifici di differenti ambiti disciplinari afferenti alla comunicazione digitale, acquisendo una competenza specifica nella lettura e nella redazione di testi scientifici o di executive report di tipo organizzativo o aziendale | | x | x | x | x | | x | | x |
| Capacità di mobilitare un quadro di conoscenze complesse in un'ottica di integrazione fra le letterature scientifiche specialistiche, sviluppando abilità di organizzazione delle conoscenze in funzione di differenti problemi applicativi | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Capacità di apprendere e valutare la credibilità e la praticabilità di nuove soluzioni tecniche specialistiche nel campo della comunicazione digitale | | x | | x | | x | x | x | |
| B: CAPACITA' APPLICATIVE | Aquisizione di competenze applicative, di tipo metodologico, strumentale | | | | | | | | |
| Capacità di compressione e negoziazione degli obiettivi del processo comunicativo digitale specifico e conseguente creazione di modelli di pianificazione delle attività | x | | x | x | | | x | x | |
| Capacità di analisi del contesto socioeconomico e dei pubblici di riferimento del processo comunicativo per massimizzarne la penetrazione di mercato | | x | | x | | x | | x | x |
| Capacità di definire il quadro normativo di riferimento delle azioni che dovranno essere poste in essere e suggerire raccomandazioni al gruppo di lavoro indicando soluzioni giuridicamente sostenibili | x | | x | | | | x | | |
| Capacità di monitorare e valutare l'effettivo raggiungimento degli obiettivi e, eventualmente, suggerire misure di correzione per il riallineamento delle azioni previste | | | | x | x | | | x | |
| C: AUTONOMIA DI GIUDIZIO | Aquisizione di consapevole autonomia di giudizio | | | | | | | | |
| Capacità di esercitare un giudizio autonomo rispetto ai metodi e ai prodotti della comunicazione digitale | x | | x | x | x | x | x | x | |
| Capacità di riflettere in maniera originale e critica sulle implicazioni sociali della digitalizzazione dei processi di comunicazione, evidenziando i rischi in termini etici e le potenzialità operative e trasformative per la società contemporanea e futura | x | x | x | x | | x | x | | x |
| D: ABILITA' NELLA COMUNICAZIONE | Aquisizione di adeguate competenze e strumenti per la comunicazione | | | | | | | | |
| Capacità di tipo relazionale nella gestione dei gruppi di lavoro e nella promozione di attività cooperative, implementando linguaggi professionali differenti | | | x | x | | | x | x | |
| Competenza nel trasferimento di informazioni fra differenti livelli decisionali dell'organizzazione di appartenenza, sia con la redazione di report professionali adeguati, sia attraverso lo sviluppo di specifiche abilità di retorica moderna e public speaking | | x | x | | | x | x | x | |
| Capacità di sviluppare contenuti adatti alla comunicazione digitale in funzione degli obiettivi strategici dell'organizzazione nella quale essi saranno inseriti, facendo riferimento agli strumenti tipici della narrazione di impresa, del marketing aziendale e istituzionale. | x | | x | | x | x | x | | x |
| E: CAPACITA' DI APPRENDERE | Aquisizione di adeguate capacità per lo sviluppo di ulteriori competenze | | | | | | | | |
| Capacità individuale di delineare traiettorie di approfondimento nell'ambito delle letterature specialistiche che si occupano di comunicazione digitale e, più in generale, dell'analisi scientifica dei processi di comunicazione nella società | | x | | x | x | | | | x |
| Capacità di confrontarsi con il dibattito pubblico e con la letteratura non specialistica, sviluppando percorsi di lettura e approfondimento che coniughino le competenze scientifiche specialistiche con una più generale capacità critica di analisi di tutte le fonti informative disponibili, anche quelle connotate da un livello di specializzazione minore | x | x | | x | | x | | x | x |
| Capacità di apprendere da testi di tipo tecnico che descrivono i meccanismi di funzionamento delle nuove tecnologie di comunicazione del mondo digitale, comprendendone le leggi che ne regolano il funzionamento in modo da poterne valutare criticamente l'applicabilità alla gestione di specifici problemi operativi | x | | x | | | | x | x | x |