

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
TECNICHE DEI NUOVI MEDIA INTEGRATI	FRANCESCA CONFORTI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

- Descrittore di Dublino 1: al completamento del corso lo studente dovrà conoscere e comprendere:
La differenza tra analogico e digitale; cosa sono i media e cosa significa la loro integrazione; cosa s'intende per media, nuovi media e social-media con particolare riferimento a quelli generalisti, specializzati, di vendita e proprietari; cosa sono i motori di ricerca e come funzionano; molto importanti sono la conoscenza e la comprensione del SEO on page e del SEO off page, delle parole chiave, della long tail strategy; le teorie di comunicazione verbale e per immagini in rete, tra cui lo storytelling; le quattro mediamorfosi e le principali tappe della storia e dell'evoluzione dei nuovi media.
- Descrittore di Dublino 2: durante il corso e al completamento lo studente dovrà dar prova di saper applicare le conoscenze acquisite, con particolare riferimento a:
Analisi dei nuovi media e dei social con particolare riferimento a quelli generalisti, specializzati, di vendita e proprietari;
Saper applicare al proprio network personale (creato a lezione) tutte le tecniche di SEO on page e del SEO off page, saper trovare parole chiave utilizzando la long tail strategy e i tools disponibili online;
Padroneggiare e utilizzare la comunicazione verbale e per immagini, tra cui lo storytelling.
- Descrittore di Dublino 3: al completamento del corso lo studente dovrà aver sviluppato capacità critiche e di giudizio che gli permettano di:
Valutare le differenze tra le realtà analogiche e quelle digitali.
Leggere e valutare fenomeni e le modifiche della rete.
Saper trattare, anche in prospettiva, le quattro mediamorfosi e le principali tappe della storia e dell'evoluzione dei nuovi media.
Giudicare e decidere la strategia corretta per raggiungere un obiettivo in rete (in tal senso, ogni studente ha sviluppato durante il corso un proprio network personale).

- Descrittore di Dublino 4: al completamento del corso lo studente dovrà essere in grado di comunicare quanto ha appreso e di saperlo fare utilizzando la terminologia corretta.
- Descrittore di Dublino 5: al completamento del corso lo studente dovrà essere in possesso di un progetto lavorativo personale pienamente sviluppato che gli permetta di proseguire autonomamente nella comunicazione in rete e nell'approfondimento dello studio delle materie di sua competenza.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Per raggiungere gli obiettivi formativi sopra descritti, l'insegnamento e il corso sono stati strutturati in modo da fornire le conoscenze, la metodologia e, subito dopo, l'applicazione pratica al progetto che ogni studente ha scelto di svolgere e portare all'esame. Tali progetti sono coerenti con i profili professionali e gli sbocchi occupazionali dei singoli garantendo che le competenze e le abilità acquisite non restino astratte o congelate in un progetto occasionale, ma, anzi, si realizzino in un network attivo e in divenire, formato da più nodi (3 socialmedia e un sito proprietario o simile) che allo studente resterà come base lavorativa anche negli anni a venire.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Ci si aspetta che gli studenti sappiano utilizzare i computer e la rete (es: creare e gestire degli account sui social media; effettuare ricerche mirate ecc) e che sappiamo comunicare verbalmente e visivamente.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Per comodità sono stati divisi per macro argomenti (moduli) i contenuti tematici (unità di programmazione)

- Primo modulo: messa a punto del progetto (30 ore)

La differenza tra analogico e digitale; cosa sono i media e cosa significa la loro integrazione; cosa s'intende per media, nuovi media e social-media con particolare riferimento a quelli generalisti, specializzati, di vendita e proprietari; cosa sono i motori di ricerca e come funzionano

- Secondo modulo: realizzazione del progetto (30 ore)

SEO on page e del SEO off page, delle parole chiave, della long tail strategy; le teorie di comunicazione verbale e per immagini in rete, tra cui lo storytelling; le

quattro mediamorfosi e le principali tappe della storia e dell'evoluzione dei nuovi media

ARGOMENTI ►

- Primo modulo: teoria, metodologia e messa a punto del progetto (30 ore)
Presentazione del corso e scopi teorici e pratici perseguiti.
La differenza tra analogico e digitale
 - discussione dell'argomento.Cosa sono i media e cosa significa la loro integrazione.
 - differenza tra portfolio e curriculumCosa s'intende per media, nuovi media e social-media.
 - realizzazione del portfolioAnalisi dei media generalisti
 - scelta dei media generalisti per il proprio networkAnalisi dei media di vendita
 - scelta dei media di vendita per il proprio networkAnalisi dei media specializzati
 - scelta dei media specializzati per il proprio networkAnalisi dei media proprietari
 - scelta dei media proprietari per il proprio networkCosa sono i motori di ricerca e come funzionano
 - attivazione degli account del proprio network
- Secondo modulo: applicazione e realizzazione del progetto (30 ore)
SEO on page e ranking nei motori di ricerca
 - applicazione delle regole a proprio networkAnalisi e ricerca delle parole chiave
 - ricerca e applicazione delle parole chiave al proprio networkLong tail strategy
 - ricerca e applicazione della Long tail strategy al proprio networkTools online per le parole chiave
 - utilizzo e applicazione al proprio networkTools online per il ranking nei motori di ricerca
 - utilizzo e applicazione al proprio networkSEO off page
 - applicazione delle regole a proprio networkTeorie di comunicazione, tra cui lo storytelling;
 - applicazione della comunicazione a proprio network

Le quattro mediamorfosi

- saper esporre ed effettuare un'analisi critica dei fenomeni di rete

Le principali tappe della storia e dell'evoluzione dei nuovi media

- saper contestualizzare e discutere la situazione presente e improprio network in questo contesto

METODI DIDATTICI ►

- I metodi didattici seguiti mirano a soddisfare le necessità teoriche, metodologiche e pratiche del corso. Come già detto alla teoria segue sempre la pratica. A tale scopo, oltre alle verifiche verbali dell'apprendimento, sono dati compiti da eseguire che vengono corretti sulla piattaforma Accademica e, soprattutto, si costruisce assieme in classe (o da remoto) il network personale dello studente.

BIBLIOGRAFIA ►

Testi/dispense di riferimento:

- Le mappe mentali messe a disposizione su Moodle
- Il glossario e le dispense messe a disposizione su Moodle
- *I media nella tela del ragnò*, DelosDigital, 2017. Saggio sui nuovi media dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca

Consigliati per gli approfondimenti:

- Comunicare (bene) in rete di Luca Garosi (Autore) - Ed. Flaccovio Dario 2018
- Comunicare in rete. Web writing e SEO copywriting Giuliana Romualdi - Ledi- zioni 2020
- Mediamorfosi. Comprendere i nuovi media Roger Fidler (Autore), R. Andò (a cura di), A. Marinelli (a cura di)
- The Game Alessandro Baricco - Einaudi 2018

Sitografia di riferimento:

<https://developers.google.com/search/docs/beginner/get-started>