



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Culture e società		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2020/2021		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2020/2021		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	COMUNICAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE		
INSEGNAMENTO	DIGITAL HUMANITIES PER IL PATR.CULT.E LAB. DIGITALIZZ PATR. CULT.		
CODICE INSEGNAMENTO	21034		
MODULI	Si		
NUMERO DI MODULI	2		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	L-ART/04		
DOCENTE RESPONSABILE	INTORRE SERGIO	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	INTORRE SERGIO	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
CFU	9		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	1		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	INTORRE SERGIO Mercoledì 09:30 12:00 Edificio 15, III piano, stanza 301		

DOCENTE: Prof. SERGIO INTORRE

PREREQUISITI	Fondamenti di Storia dell'Arte; capacità di utilizzo dei principali applicativi software; fondamenti di museologia e museografia. Nel corso delle prime lezioni saranno verificate le conoscenze di base tramite colloquio.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	<p>Conoscenza e capacità di comprensione Il corso è strutturato in modo che lo studente al termine degli studi dimostri avanzate competenze nella digitalizzazione di un bene culturale e nella gestione dei dati al fine della comunicazione e valorizzazione dell'opera stessa. Capacità di generare e gestire i dati acquisiti e di rielaborarli in soluzioni avanzate di comunicazione on line e off line.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione Gli studenti, al termine dello studio, dovrebbero possedere la capacità di applicare le conoscenze acquisite a singole opere d'arte o collezioni, nell'ottica di una valorizzazione attuata attraverso tecniche composite di comunicazione digitale. Tali capacità sono sviluppate tramite esercitazioni, attività di studio personale e lezioni frontali.</p> <p>Autonomia di giudizio Si auspica la capacità dello studente, al termine dello studio, di integrare le conoscenze e gestire la complessità delle stesse sia nel momento dell'analisi sia in quello dell'acquisizione selettiva delle stesse, nonché di formulare giudizi sulla base delle informazioni.</p> <p>Abilità comunicative Lo studente al termine del corso dovrà dimostrare di comunicare in modo chiaro e privo di ambiguità le conclusioni cui è giunto, con la corretta ecrasis dell'ambito culturale, nonché le ragioni ad esse sottese, a interlocutori specialisti e non, in ambito storico-artistico e della comunicazione del patrimonio culturale, essendo dunque capace di passare da un registro comunicativo, verbale o scritto, ad un altro.</p> <p>Capacità d'apprendimento La formazione durante il corso non potrà essere considerata il punto di arrivo, ma solo l'insieme di strumenti e informazioni utili che consentano di proseguire gli studi nel settore in maniera personale e autonoma. Dunque lo studente al termine del corso dovrà saper condurre autonomamente un processo di digitalizzazione e valorizzazione originale, individuando mezzi e strategie appropriati ai singoli casi e sapendoli utilizzare con la corretta cognizione e secondo le diverse esigenze che ogni singolo caso comporta.</p>
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	<p>Per verificare in autovalutazione il saper fare, ovvero l'applicazione delle conoscenze acquisite, è prevista un'esercitazione proposta a livello sperimentale, che non sarà oggetto di valutazione finale. Verrà richiesta la realizzazione di un progetto di comunicazione integrata su un ciclo di opere, una sala o la storia di uno dei principali musei regionali. Dell'esercitazione si discuterà nel corso delle lezioni frontali e si svolgerà al termine delle lezioni stesse non essendo oggetto di valutazione finale.</p> <p>La prova finale sarà orale e consisterà in un colloquio, nel quale il candidato dovrà rispondere ad almeno tre domande, volto ad accertare il possesso delle competenze e delle conoscenze disciplinari previste dal corso; la valutazione sarà espressa in trentesimi. La valutazione finale complessiva durante la prova orale sarà ottenuta dall'analisi dei seguenti indicatori:</p> <ul style="list-style-type: none">- correttezza e proprietà nell'uso del linguaggio tecnico legato alla disciplina (fino a 10/30)- corretta e completa esposizione delle conoscenze richieste (fino a 10/30)- capacità di elaborazione critica delle conoscenze (fino a 10/30). <p>Gli ambiti delle domande verteranno sugli argomenti trattati dal programma e che concorrono ai risultati di apprendimenti attesi.</p>
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali; Esercitazioni in aula.

MODULO
LABORATORIO PROFESSIONALE DI DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

TESTI CONSIGLIATI

- Il nuovo manuale di tecniche pubblicitarie. Il senso e il valore della pubblicità di Marco Lombardi- Franco Angeli editore
- Dispense sui temi della comunicazione integrata e dell'iter creativo a cura del docente.
- Neuro Web Design. L'inconscio ci guida neo web. - Susan M. Weinscheink - Apogeo

TIPO DI ATTIVITA'	F
AMBITO	21443-Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	45
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	30

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Conoscenza e capacita' di comprensione Lo studente al termine del Corso saprà conoscere e comprendere le soluzioni creative utili a ideare e produrre comunicazione pubblicitaria. Acquisira' gli strumenti idonei alla progettazione di prodotti e sistemi oggettuali e non oggettuali che svolgano in pieno le loro funzioni pratiche ed estetiche, che siano facili da usare, che costino poco, che siano capaci di apportare i benefici desiderati agli utenti che con essi interagiscono e che siano eco-compatibili. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Il Corso dara' agli studenti conoscenze e competenze specifiche, sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale. Fornira' i criteri necessari per la definizione del progetto: sviluppare l'aspetto creativo e l'aspetto tecnico organizzativo. Il Corso permettera' anche lo sviluppo di un'efficiente organizzazione degli allievi, volta al raggiungimento dell'obiettivo sfruttando al meglio le risorse disponibili, attraverso interventi collegiali e di gruppo strutturati per attivare le potenzialita' proprie dei singoli e sintonizzarle al meglio tra loro. Autonomia di giudizio Nel percorso didattico, lo studente acquisira' gli strumenti di base per identificare, analizzare e definire i diversi aspetti di un prodotto industriale: tipologici, morfologici, strutturali, materici, tecno-produttivi, economici, socio-culturali, comunicativi, etc. Potra' sperimentare soluzioni progettuali innovative in linea con le principali problematiche della cultura del design contemporaneo come la sostenibilita' ambientale, il risparmio energetico, nuove tecnologie e nuovi materiali. Abilita' comunicative Lo studente acquisira' la capacita' di sviluppare e comunicare un progetto. Sara' in grado di evidenziare problemi relativi alla preparazione ed elaborazione di un concept. Sara' in grado di realizzare elaborati tecnici, presentazione dell'iter progettuale anche attraverso strumentazioni multimediali.

Capacita' d'apprendimento L'organizzazione del corso, attraverso lezioni teoriche, attivita' pratiche, workshop, permettera' agli studenti di acquisire conoscenze e competenze volti all'utilizzo di approcci metodologici e criteri progettuali adeguati allo sviluppo di nuovi concept, e promuove percorsi di ricerca e di apprendimento autonomi.

Il processo di valutazione dei risultati di apprendimento degli studenti mira a rilevare forme di verifica adeguati e funzionali all'accertamento degli obiettivi programmati come traguardo e declinati in competenze sviluppate, conoscenze e abilita. La verifica utilizzata durante il corso e' la prova scritta attraverso la quale tende ad accertare il possesso delle competenze e delle conoscenze disciplinari previsti dal corso. Gli stimoli sia aperti che semi-strutturati appositamente costruiti, in relazione ai risultati di apprendimento previsti sono organizzati in modo da permettere allo studente di elaborare autonomamente la risposta e riflettere sul percorso di studio teorico e metodologico effettuato. La diversificazione e la specializzazione nel settore del Design hanno portato a sviluppare proposte formative caratterizzate da innovazione, ricerca e interdisciplinarita. L'obiettivo del corso sara' di fornire agli studenti le competenze e le conoscenze specifiche sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale e i criteri necessari per la definizione del progetto finalizzati a sviluppare l'aspetto creativo e quello tecnico organizzativo.

Lezioni frontali in aula, esercitazioni e discussione dei risultati attraverso modalita' di interazione collettiva, laboratorio progettuale con revisione dei diversi step del progetto.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
2	Comprensione e realizzazione di una strategia di comunicazione a partire dai bisogni del cliente, dal suo budget, i suoi obiettivi commerciali e/o valoriali.
2	Analisi delle best e delle worst practice di comunicazione in linea con l'identità del cliente, il suo tone of voice e i suoi obiettivi.
2	Studio del processo di creazione di un'idea pubblicitaria a partire dall'interpretazione del brief.

8	Analisi della relazione tra le esigenze di marketing del committente, il budget, il contesto e la strategia di pianificazione degli spazi pubblicitari.
ORE	Esercitazioni
6	Un workshop finalizzato a realizzare, in team working, un piano di comunicazione integrato per un brand locale dopo aver preso in esame i suoi obiettivi comunicativi, commerciali e strategici.

**MODULO
DIGITAL HUMANITIES PER IL PATRIMONIO CULTURALE**

Prof. SERGIO INTORRE

TESTI CONSIGLIATI

Il corso tratterà le principali soluzioni per la digitalizzazione del patrimonio culturale, attraverso un'analisi dettagliata dei principali strumenti informatici oggi a disposizione e dei principali metodi di digitalizzazione. Verranno affrontati anche dei case studies per esaminare approfonditamente soluzioni già operative, che daranno modo di apprezzare ogni aspetto del processo di digitalizzazione, finalizzato alla valorizzazione del patrimonio culturale.

Slide del docente;

M. Lazzari, Informatica umanistica, II ed., Milano 2014 (eccetto capitoli 6 e 10);

A. Miconi, Teorie e pratiche del web, Bologna 2014.

Gli studenti che non potessero seguire le lezioni per impedimenti di natura lavorativa potranno eventualmente concordare con il docente un programma alternativo. Egualmente gli iscritti con disabilità potranno eventualmente concordare un programma dedicato.

The course will handle the main solutions to digitalize cultural heritage, through a detailed analysis of the main ICT tools and the main methods for heritage's digitalization. Case studies will even be handled to deeply examine solutions already in use.

Teacher's slides;

M. Lazzari, Informatica umanistica, II ed., Milano 2014 (except chapters 6 and 10);

A. Miconi, Teorie e pratiche del web, Bologna 2014.

Students unable to attend the lessons due to job reasons can agree an alternative program with the teacher. Likewise, disabled students can arrange a dedicated program.

TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50653-Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	110
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE	40

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Il corso tratterà le principali soluzioni per la digitalizzazione e del patrimonio culturale, attraverso un'analisi dettagliata dei principali strumenti informatici oggi a disposizione e dei principali metodi di digitalizzazione dei manufatti. Verranno affrontati anche dei case studies per esaminare approfonditamente soluzioni già operative, che daranno modo di apprezzare ogni aspetto del processo di digitalizzazione, finalizzato alla valorizzazione dell'opera d'arte e delle collezioni.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
3	Presentazione del corso, illustrazione della bibliografia e delle principali tematiche da affrontare. Verifica delle conoscenze di base.
3	L'opera d'arte nell'epoca della sua digitalizzazione.
8	Metodologie di digitalizzazione dell'opera d'arte
6	I Database: gestione e fruizione
3	Standard di catalogazione dei BB.CC.
8	Esempi di tecnologia digitale applicata alla valorizzazione del patrimonio culturale
6	Identità culturale e comunicazione digitale
ORE	Esercitazioni
3	Discussione preliminare e verifica dei risultati della prova pratica sul "saper fare"