

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Materie attivate nell'anno accademico 2011/2012

Diritto amministrativo, dell'informazione e della comunicazione

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13418
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Diritto amministrativo, dell'informazione e della comunicazione:</i> Giovanni Guadalupi (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	IUS/10
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Diritto amministrativo, dell'informazione e della comunicazione: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Giovanni Guadalupi: Dopo le lezioni. Fuori dal periodo delle lezioni previo appuntamento. - email: g.guadalupi@virgilio.it - telefono: +393356569158

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente dovrà dimostrare non solo capacità di apprendimento ma anche una capacità critica e di analisi in ordine ai temi affrontati.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Verrà apprezzata la capacità di correlare la teoria con aspetti concreti che spesso si rilevano nella quotidiana informazione circa gli avvenimenti politici e istituzionali, sia a livello locale e regionale, che a livello nazionale.

Autonomia di giudizio

la capacità di cogliere con senso critico l'essenza degli argomenti trattati, potrà rivelare un apprendimento maturo, necessario per un'acquisizione formativa della materia

Abilità comunicative

lo studente potrà dimostrare una abilità comunicativa se riuscirà ad acquisire la terminologia giuridica corretta.

Capacità di apprendimento

sia nella fase dell'insegnamento frontale, sia in sede di esami sarà osservata con attenzione la dimestichezza nel trattare i temi, che non può che essere il frutto di una serio curriculum nonché di

un attento studio delle singole questioni affrontate.

Obiettivi formativi

Diritto amministrativo, dell'informazione e della comunicazione

Titolo del corso: *diritto amministrativo, dell'informazione e della comunicazione*

Il corso di Diritto amministrativo si propone di fornire agli studenti gli elementi essenziali della materia, sia in ordine ai principi generali, sia, in particolare, agli aspetti procedurali e organizzativi.

L'insegnamento di diritto dell'informazione e della comunicazione è articolato in modo da consentire allo studente di acquisire conoscenze fondamentali della materia, nonché di appropriarsi di strumenti idonei per la interpretazione e la soluzione dei problemi relativi alla disciplina

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|---|
| 6 | Definizione di Pubblica Amministrazione. I principi costituzionali della Pubblica Amministrazione. Gli Enti pubblici. |
| 3 | L'organo, l'ufficio e i principi di organizzazione. I mezzi dell'azione amministrativa. |
| 12 | L'atto e il procedimento amministrativo. Il provvedimento e i vizi di legittimità e di merito. Sanatoria ed efficacia dell'atto |
| 3 | I contratti della Pubblica Amministrazione |
| 6 | La Giustizia amministrativa |
| 6 | Nascita del diritto alla libera manifestazione del pensiero - l'art. 21 della costituzione |
| 3 | Il sistema RTV italiano |
| 3 | Le Authority |
| 3 | La legislazione sulla stampa |
| 3 | Diffamazione a mezzo stampa |
| 3 | Pubblicità e codice autodisciplina pubblicitaria |
| 3 | Internet e stampa on line |
| 3 | Diritto d'autore e diritti della personalità |
| 3 | Comunicazione pubblica |

Testi consigliati:

Diritto amministrativo: G. Corso, Manuale di Diritto amministrativo, case editrice Giappichelli, ultima edizione.

di diritto dell'informazione e della comunicazione: R. Razante, diritto dell'informazione e della comunicazione, casa editrice cedam

Diritto pubblico e dell'Unione Europea

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13177
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Diritto pubblico e dell'Unione Europea:</i> Giuseppe Lauricella (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	IUS/09
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Diritto pubblico e dell'Unione Europea: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Giuseppe Lauricella: lunedì e venerdì dalle ore 10.00 alle ore 14.00, concordato preventivamente. Negli altri giorni, saranno disponibili tutti i docenti delle materie dell'area del diritto pubblico. Nel periodo di lezioni, nell'ora successiva o concordandolo. - email: giuseppe.lauricella@unipa.it - telefono: 338.7846326

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di avere una adeguata conoscenza della materia, che non sia limitata alla semplice assunzione di nozioni ma anche alla capacità di critica e di argomentazione.

Fondamentale è anche la dimostrazione di aver compreso il linguaggio tecnico-giuridico.

Inoltre, la capacità di comprensione va rilevata dalla capacità di saper collegare i vari istituti e i vari aspetti caratterizzanti la materia, proprio per evitare una ripetizione mnemonica e sterile degli argomenti.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà rivelare una adeguata maturazione, dimostrando di sapere spiegare con esempi pratici e fattispecie concrete la natura e il carattere delle norme giuridiche e degli istituti relativi, al fine di coglierne la ratio e i principi ispiratori.

Autonomia di giudizio

Lo studente verrà messo di fronte a problematiche e questioni che possono condurre a diverse soluzioni o interpretazioni. Conseguentemente, dovrà dimostrare una capacità di analisi offrendo anche il proprio giudizio, sostenuto dalla conoscenza della dottrina e della giurisprudenza.

Abilità comunicative

È fondamentale, oltre la conoscenza e l'assunzione di un linguaggio tecnico-giuridico, anche una buona capacità espositiva, con padronanza sintattica e grammaticale.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento si manifesta non solo con la esposizione degli argomenti in sede di esame ma anche nella capacità di interloquire nel corso delle lezioni.

La capacità di apprendimento è strettamente collegata alla capacità di argomentazione, di confronto e di critica.

Obiettivi formativi

Diritto pubblico e dell'Unione Europea

Titolo del corso: *Il diritto e le sue garanzie*

Il corso di diritto pubblico e dell'Unione europea ha l'obiettivo di formare gli studenti, sia dal punto di vista tecnico-giuridico, sia dal punto di vista critico.

Lo studente dovrà essere posto nelle condizioni di affrontare le prove che gli si presenteranno nella fase post laurea avendo la consapevolezza di avere un bagaglio giuridico di base, capace di garantirgli un'autonomia tecnica oltre che critica.

Il senso del diritto, dei principi fondamentali, la cognizione delle Istituzioni dello Stato e del loro operare, la conoscenza dei diritti e dei doveri nonché delle tutele che il sistema giuridico offre, sono la base formativa, necessaria per affrontare ogni aspetto della vita professionale oltre che di relazione.

L'insegnamento si svolgerà con metodo frontale, fondamentale base per l'apprendimento della materia, che verrà integrato dallo studio dei testi consigliati. Nel corso delle lezioni si terrà in considerazione la cronaca politica e istituzionale, anche attraverso la lettura dei quotidiani, per rendere viva e attuale l'analisi dei temi trattati. Le lezioni si svolgeranno nel confronto con gli studenti, i quali potranno interloquire per meglio affrontare le problematiche discusse.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 3 Il diritto pubblico: definizione e differenza con il diritto privato
L'ordinamento giuridico. La pluralità tra Stato e altri gruppi sociali
- 3 La norma giuridica e norma sociale. I caratteri della norma giuridica. L'interpretazione.
l'abrogazione e l'efficacia. le situazioni giuridiche attive e passive.
- 3 Le fonti del diritto (fatto/atto - primarie/secondarie - la forza di legge)
I criteri di individuazione e di applicazione delle fonti del diritto: gerarchico,
cronologico, della competenza
- 3 Le fonti-atto. La Costituzione. Origine, composizione, caratteri, forza. I principi e i
La Costituzione formale e la Costituzione applicata (sostanziale)
La revisione della Costituzione (art. 138 e art. 139). I limiti.
Le altre leggi costituzionali
- 3 La revisione della Costituzione (art. 138 e art. 139). I limiti.
Le altre leggi costituzionali. differenza e procedimento aggravato
- 3 Le fonti primarie. La legge ordinaria: funzione legislativa e procedimento di
formazione.
- 3 Gli atti con forza di legge (decreto-legge e decreto legislativo). titolarità ed esercizio
della funzione legislativa tra Parlamento e governo. Comune)

- 3 Il referendum abrogativo. gli altri referendum previsti dalla Costituzione
- 3 Gli Statuti ordinari (criterio della competenza). La potestà statutaria.
Le leggi regionali. Gli Statuti speciali delle Regioni autonome. Lo Statuto della Regione siciliana
- 3 Le fonti secondarie: i regolamenti del governo, i regolamenti regionali, gli atti degli enti locali (Provincia e Il Titolo V della Costituzione).
- 3 La potestà legislativa dello Stato e delle Regioni e la potestà regolamentare (art. 116, art. 117). Il principio di sussidiarietà tra Unione europea, Stato, Regioni e enti locali.
- 3 I regolamenti comunitari e le direttive comunitarie. la codecisione e l'efficacia nell'ordinamento degli Stati-membri dell'U.e.
- 3 Lo Stato. Le forme di Stato (in senso storico e nel rapporto governo-territorio). i principi dello forma di Stato di democrazia classica e la tutela dei diritti della minoranza.
- 3 Le forme di governo (parlamentare, presidenziale, direttoriale, del Primo Ministro, del Cancellierato, semipresidenziale). I poteri dello Stato (legislativo, esecutivo, giudiziario), gli organi costituzionali (Parlamento, Governo, Presidente della Repubblica, Corte costituzionale) e di rilevanza costituzionale (CSM). La forma di governo in Italia e rapporto tra Parlamento-Governo-Presidente della Repubblica. Il controllo di costituzionalità delle leggi e gli atti con forza di legge dello Stato e delle leggi regionali. Il ruolo della Corte costituzionale. le sentenze della Corte costituzionale. Le altre competenze della corte costituzionale. In particolare, il conflitto di attribuzione.
- 3 La pubblica amministrazione: funzione, atti e procedimento. il principio di legalità. Il controllo di legittimità sugli atti amministrativi. I vizi dell'atto.
- 3 L'Unione europea e la sua origine: la CECA, l'Euratom, l'Atto Unico, il Trattato di Maastricht, il Trattato di Amsterdam, il Trattato di Nizza, la mancata Costituzione europea, il Trattato di Lisbona.
- 3 il Trattato di Lisbona e le nuove previsioni.
- 3 Il ruolo del Parlamento europeo. Il Consiglio europeo, il Parlamento europeo, la Commissione europea, il Consiglio dell'Unione, la Corte di Giustizia europea, la Banca centrale, la Corte dei conti. Le altre fonti comunitarie: le raccomandazioni, le decisioni, le sentenze.
- 3 I principi fondamentali della Costituzione: la sovranità popolare, il principio democratico, il principio di unità, il principio di uguaglianza, il principio di libertà
- 3 I diritti fondamentali riconosciuti e garantiti. Il diritto al lavoro, d'impresa, alla salute, alla difesa, di manifestazione del pensiero, di stampa, di associazione e riunione, di sciopero.

Esercitazioni

Ore: **Argomenti:**

- 3 Lo Statuto della Regione siciliana
- 3 la giurisprudenza della Corte costituzionale
- 3 la revisione della Costituzione nel dibattito odierno

Testi consigliati:

- in alternativa, scegliendone uno tra i seguenti:
- BARBERA - FUSARO, Corso di diritto pubblico, ed. il Mulino, anno 2011
- BIN - PITRUZZELLA, Diritto pubblico, ed. Giappichelli, anno 2011
- RESCIGNO, Corso di diritto pubblico, ed. Zanichelli, anno 2011

Tema di approfondimento (lettura)

- LAURICELLA - GUADALUPI, Lo Statuto speciale della Regione siciliana, ed. Giuffrè, anno 2010

Economia applicata

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	02701
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Economia applicata:</i> Giacchino Fazio (Professore associato) <i>Economia applicata:</i> Giacchino Fazio (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-P/06
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Metodologie di apprendimento tradizionali (lezione frontale, seminari di approfondimento) e attive, integrando il lavoro pratico e teorico Metodologie di apprendimento tradizionali (lezione frontale, seminari di approfondimento) e attive, integrando il lavoro pratico e teorico
Frequenza:	Consigliata Consigliata
Metodi di valutazione:	Economia applicata: esame orale Economia applicata: esame orale
Ricevimento:	Giacchino Fazio: martedì dalle 10.00 alle 13.00 (durante lo svolgimento delle lezioni), il docente è inoltre disponibile per chiarimenti a prima e a conclusione delle lezioni - email: gioacchino.fazio@unipa.it - telefono: 09123895312 Giacchino Fazio: martedì dalle 10.00 alle 13.00 (durante lo svolgimento delle lezioni), il docente è inoltre disponibile per chiarimenti a prima e a conclusione delle lezioni - email: gioacchino.fazio@unipa.it - telefono: 09123895312

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

A conclusione del modulo di insegnamento gli studenti dovranno acquisire conoscenze e capacità di comprensione dei principali temi di economia politica (sistemi economici, formazione dei prezzi, scelte produttive, studio delle diverse forme di mercato) e di politica economica (crescita economica, lotta alla disoccupazione, controllo dell'inflazione, supporto ai processi di internazionalizzazione), questo anche con il supporto di materiali, documenti e libri di testo avanzati.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di applicare le conoscenze maturate e di mettere a frutto la propria capacità di analizzare i temi oggetto del corso, dimostrando in tal modo un approccio professionale al proprio lavoro. A tal fine dovranno sviluppare competenze adeguate sia per costruire e sostenere argomentazioni, che per analizzare problemi complessi di economia e di politica economica.

Autonomia di giudizio

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di sapersi orientare con sicurezza nell'analisi dei problemi socio-economici di maggiore attualità e importanza con un approccio che contemperi il carattere positivo e normativo della scienza economica; dare prova infine di aver maturato e sviluppato ulteriormente, nel corso dello studio della disciplina, la propria indipendenza di giudizio per interpretare criticamente tali problemi, con particolare attenzione agli aspetti di carattere scientifico ed etico

Abilità comunicative

Gli studenti dovranno essere in grado di comunicare e di esprimere in modo appropriato e con una terminologia adeguata ai diversi contesti comunicativi, concetti, problemi e soluzioni in ordine all'individuazione dei diversi modelli economici e alle scelte di politica economica evidenziandone gli aspetti fondamentali.

Capacità di apprendimento

Gli studenti dovranno dimostrare di avere acquisito e sviluppato quelle capacità di apprendimento necessarie per approfondire modelli e criteri per l'analisi di problemi economici e per intraprendere studi più avanzati con un alto grado di autonomia.

Obiettivi formativi *Economia applicata*

Titolo del corso: *Economia Applicata*

Alla fine del corso, gli studenti dovrebbero essere in grado di analizzare le più rilevanti variabili microeconomiche (domanda, offerta, prezzi, costi, ricavi, profitti) e macroeconomiche (prodotto interno lordo, disoccupazione, inflazione) e le loro dinamiche, comprendendone le principali problematiche con riferimento alle diverse strutture di mercato dei beni e servizi, della moneta e del lavoro in un sistema economico aperto. Gli studenti dovrebbero quindi essere in grado di identificare e valutare le caratteristiche dei diversi approcci economici. Gli studenti dovrebbero quindi essere in grado di identificare e valutare le diverse politiche macroeconomiche (keynesiane e liberiste) con riferimento ai diversi soggetti attuatori. Inoltre, a conclusione del modulo, dovrebbero essere chiari gli elementi di base della relazione tra orientamento politico e politica economica, nonché la dinamica delle principali "patologie" macroeconomiche, con riferimento in particolare al mercato del lavoro, all'inflazione e al debito pubblico.

Obiettivi degli argomenti del modulo:

Argomento 1 (introduzione allo studio della Microeconomia): avere la padronanza dei principi fondanti la logica economica utili all'interpretazione dei comportamenti nella sfera microeconomica.

Argomento 2 (domanda e offerta individuale e di mercato): conoscere e analizzare la natura delle determinanti della domanda e dell'offerta, i concetti l'elasticità della domanda e dell'offerta.

Argomento 3 (incontro tra domanda e offerta): comprendere i meccanismi alla base della formazione dei prezzi nei mercati (liberi e controllati) e le dinamiche della loro variazione nel tempo,

saper interpretare i processi speculativi.

Argomento 4 (costi, ricavi e profitti): saper interpretare il comportamento delle imprese in relazione alla variazione dei costi e dei ricavi e al processo di massimizzazione dei profitti nel breve e nel lungo periodo.

Argomento 5 (forme di mercato e benessere sociale): conoscere le diverse possibili strutture di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, concorrenza monopolistica, oligopolio, mercati contendibili) e comprenderne i possibili effetti in termini di benessere sociale.

Argomento 6 (pubblicità, divulgazione e benessere): distinguere le diverse forme di pubblicità informativa, persuasiva e ingannevole, valutare l'impatto della pubblicità sul benessere e il suo ruolo come barriera all'entrata, conoscere le ragioni normative di leggi antifrode e leggi sulla divulgazione.

Argomento 7 (Problematiche macroeconomiche): individuare obiettivi e oggetto di studio della macroeconomia, rappresentare e interpretare il modello del flusso circolare del reddito, riconoscere i principali cicli economici e i meccanismi di crescita economica di prodotto interno lordo e prodotto nazionale lordo, distinguere la natura dei problemi economici con riferimento alla disoccupazione, all'inflazione e al commercio internazionale.

Argomento 8 (Reddito nazionale e ruolo della politica fiscale): conoscere e interpretare la funzione di consumo e il modello del moltiplicatore keynesiano sia con finanziamento della spesa pubblica tramite indebitamento, che con bilancio della spesa pubblica in pareggio, stabilire il ruolo e valutare l'efficacia della politica fiscale.

Argomento 9 (Fallimenti del mercato e intervento pubblico): Saper analizzare cause ed effetti delle esternalità positive e negative, la natura dei fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato), identificare e valutare le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni) con riferimento ai vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.

Argomento 10 (Politica di controllo dell'economia): conoscere il funzionamento del mercato del lavoro e le principali cause della disoccupazione. Essere in grado di valutare gli strumenti di intervento nel mercato del lavoro in funzione dei diversi tipi di disoccupazione, conoscere le cause e gli effetti dell'inflazione e interpretare la natura delle diverse politiche antinflazionistiche e di finanziamento del disavanzo pubblico.

Argomento 11 (Bilancia dei pagamenti e tassi di cambio): conoscere i capisaldi su cui si fonda il commercio internazionale, il libero scambio e il protezionismo. Conoscere il funzionamento della Bilancia dei pagamenti, saper spiegare l'andamento dei tassi di cambio, avere consapevolezza delle principali politiche economiche dell'Unione Europea, dei principi fondanti del Sistema Monetario Europeo e dell'unione economica e monetaria, del processo di adozione dell'euro e delle recenti politiche monetarie e dell'euro.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

5 INTRODUZIONE ALLO STUDIO DELLA MICROECONOMIA

Contenuto della disciplina e elementi di logica economica utili all'interpretazione dei comportamenti nella sfera microeconomica (la costruzione del modello microeconomico, il processo di astrazione, il concetto di razionalità, l'individualismo metodologico, l'economia positiva e l'economia normativa, l'analisi costi-benefici, il modello del flusso circolare del reddito ristretto).

6 DOMANDA E OFFERTA INDIVIDUALE E DI MERCATO

Le determinanti della domanda, la legge della domanda, l'elasticità della domanda rispetto al prezzo e rispetto al reddito, l'elasticità incrociata della domanda, le eccezioni alla legge della domanda (paradosso di Veblen e paradosso di Giffen). Le determinanti dell'offerta, la legge dell'offerta, l'elasticità dell'offerta rispetto al prezzo e le sue determinanti.

- 4 L'INCONTRO TRA DOMANDA ED OFFERTA
La determinazione dei prezzi, i mercati e l'aggiustamento nel tempo, i processi speculativi, i mercati con prezzi controllati.
- 6 LA PRODUZIONE DELL'IMPRESA: COSTI, RICAVI E PROFITTI
Il comportamento delle imprese, il significato del profitto, le tipologie di costo (costi di breve e di lungo periodo), economie e diseconomie di scala, l'andamento della curva dei costi, i ricavi, il processo di massimizzazione dei profitti.
- 6 LE FORME CHE IL MERCATO ASSUME E IL BENESSERE SOCIALE
Definizione di mercato, l'approccio Struttura - Comportamento - Performance, il concetto di concorrenza, le diverse forme di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio, mercati contendibili) ed il livello di benessere.
- 3 PUBBLICITÀ, DIVULGAZIONE E BENESSERE
Pubblicità informativa e persuasiva, la pubblicità come barriera all'entrata, la pubblicità ingannevole, leggi antifrode e leggi sulla divulgazione
- 8 PROBLEMATICHE MACROECONOMICHE
Obiettivi macroeconomici, flusso circolare del reddito, crescita economica e ciclo economico (PIL e PNL), disoccupazione, domanda e offerta aggregata, inflazione.
- 6 REDDITO NAZIONALE E RUOLO DELLA POLITICA FISCALE
La funzione di consumo, il moltiplicatore keynesiano, tassazione e moltiplicatore, il ruolo e l'efficacia della politica fiscale.
- 4 I FALLIMENTI DEL MERCATO E L'INTERVENTO PUBBLICO
Le esternalità positive e le esternalità negative, i fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato) e le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni), vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.
- 8 LA POLITICA DI CONTROLLO DELL'ECONOMIA
Mercato del lavoro e disoccupazione, la lotta alla disoccupazione, le cause dell'inflazione, gli effetti dell'inflazione, le politiche antiflazionistiche, il finanziamento del disavanzo pubblico e l'inflazione.
- 4 ECONOMIA INTERNAZIONALE E BILANCIA DEI PAGAMENTI
Il commercio internazionale, libero scambio e protezionismo, Bilancia dei pagamenti, tassi di cambio, Unione Europea, le politiche dell'Unione Europea, Sistema monetario europeo, unione economica e monetaria, il processo di adozione dell'euro, la politica monetaria e l'euro.

Testi consigliati:

o SLOMAN J., Elementi di Economia, Il Mulino, Bologna, 2007.

o KATZ M.L. E ROSEN H.S., Microeconomia, McGraw-Hill, 2003.

o SCHOTTER A., Microeconomia, Torino, Giappichelli Editore, 2002.

o PALMERIO G., Elementi di Economia Politica, Cacucci editore, Bari, 2002.

Il docente si riserva di definire durante il corso le parti dei testi consigliati da approfondire, nonché di indicare ulteriori riferimenti bibliografici a supporto di temi specifici.

o MANKIW N.G. (2007), Principi di Economia, Zanichelli.

Obiettivi formativi

Economia applicata

Titolo del corso: *Economia Applicata*

Alla fine del corso, gli studenti dovrebbero essere in grado di analizzare le più rilevanti variabili microeconomiche (domanda, offerta, prezzi, costi, ricavi, profitti) e macroeconomiche (prodotto interno lordo, disoccupazione, inflazione) e le loro dinamiche, comprendendone le principali problematiche con riferimento alle diverse strutture di mercato dei beni e servizi, della moneta e del lavoro in un sistema economico aperto. Gli studenti dovrebbero quindi essere in grado di identificare e valutare le caratteristiche dei diversi approcci economici. Gli studenti dovrebbero quindi essere in grado di identificare e valutare le diverse politiche macroeconomiche (keynesiane e liberiste) con riferimento ai diversi soggetti attuatori. Inoltre, a conclusione del modulo, dovrebbero essere chiari gli elementi di base della relazione tra orientamento politico e politica economica, nonché la dinamica delle principali "patologie" macroeconomiche, con riferimento in particolare al mercato del lavoro, all'inflazione e al debito pubblico.

Obiettivi degli argomenti del modulo:

Argomento 1 (introduzione allo studio della Microeconomia): avere la padronanza dei principi fondanti la logica economica utili all'interpretazione dei comportamenti nella sfera microeconomica.

Argomento 2 (domanda e offerta individuale e di mercato): conoscere e analizzare la natura delle determinanti della domanda e dell'offerta, i concetti l'elasticità della domanda e dell'offerta.

Argomento 3 (incontro tra domanda e offerta): comprendere i meccanismi alla base della formazione dei prezzi nei mercati (liberi e controllati) e le dinamiche della loro variazione nel tempo, saper interpretare i processi speculativi.

Argomento 4 (costi, ricavi e profitti): saper interpretare il comportamento delle imprese in relazione alla variazione dei costi e dei ricavi e al processo di massimizzazione dei profitti nel breve e nel lungo periodo.

Argomento 5 (forme di mercato e benessere sociale): conoscere le diverse possibili strutture di di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, concorrenza monopolistica, oligopolio, mercati contendibili) e comprenderne i possibili effetti in termini di benessere sociale.

Argomento 6 (pubblicità, divulgazione e benessere): distinguere le diverse forme di pubblicità informativa, persuasiva e ingannevole, valutare l'impatto della pubblicità sul benessere e il suo ruolo come barriera all'entrata, conoscere le ragioni normative di leggi antifrode e leggi sulla divulgazione.

Argomento 7 (Problematiche macroeconomiche): individuare obiettivi e oggetto di studio della macroeconomia, rappresentare e interpretare il modello del flusso circolare del reddito, riconoscere i principali cicli economici e i meccanismi di crescita economica di prodotto interno lordo e prodotto nazionale lordo, distinguere la natura dei problemi economici con riferimento alla disoccupazione, all'inflazione e al commercio internazionale.

Argomento 8 (Reddito nazionale e ruolo della politica fiscale): conoscere e interpretare la funzione di consumo e il modello del moltiplicatore keynesiano sia con finanziamento della spesa pubblica tramite indebitamento, che con bilancio della spesa pubblica in pareggio, stabilire il ruolo e valutare l'efficacia della politica fiscale.

Argomento 9 (Fallimenti del mercato e intervento pubblico): Saper analizzare cause ed effetti delle esternalità positive e negative, la natura dei fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato), identificare e valutare le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni) con riferimento ai vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.

Argomento 10 (Politica di controllo dell'economia): conoscere il funzionamento del mercato del lavoro e le principali cause della disoccupazione. Essere in grado di valutare gli strumenti di intervento nel mercato del lavoro in funzione dei diversi tipi di disoccupazione, conoscere le cause e gli effetti dell'inflazione e interpretare la natura delle diverse politiche antinflazionistiche e di finanziamento del disavanzo pubblico.

Argomento 11 (Bilancia dei pagamenti e tassi di cambio): conoscere i capisaldi su cui si fonda il commercio internazionale, il libero scambio e il protezionismo. Conoscere il funzionamento della Bilancia dei pagamenti, saper spiegare l'andamento dei tassi di cambio, avere consapevolezza delle

principali politiche economiche dell'Unione Europea, dei principi fondanti del Sistema Monetario Europeo e dell'unione economica e monetaria, del processo di adozione dell'euro e delle recenti politiche monetarie e dell'euro.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 5 **INTRODUZIONE ALLO STUDIO DELLA MICROECONOMIA**
Contenuto della disciplina e elementi di logica economica utili all'interpretazione dei comportamenti nella sfera microeconomica (la costruzione del modello microeconomico, il processo di astrazione, il concetto di razionalità, l'individualismo metodologico, l'economia positiva e l'economia normativa, l'analisi costi-benefici, il modello del flusso circolare del reddito ristretto).
- 6 **DOMANDA E OFFERTA INDIVIDUALE E DI MERCATO**
Le determinanti della domanda, la legge della domanda, l'elasticità della domanda rispetto al prezzo e rispetto al reddito, l'elasticità incrociata della domanda, le eccezioni alla legge della domanda (paradosso di Veblen e paradosso di Giffen). Le determinanti dell'offerta, la legge dell'offerta, l'elasticità dell'offerta rispetto al prezzo e le sue determinanti.
- 4 **L'INCONTRO TRA DOMANDA ED OFFERTA**
La determinazione dei prezzi, i mercati e l'aggiustamento nel tempo, i processi speculativi, i mercati con prezzi controllati.
- 6 **LA PRODUZIONE DELL'IMPRESA: COSTI, RICAVI E PROFITTI**
Il comportamento delle imprese, il significato del profitto, le tipologie di costo (costi di breve e di lungo periodo), economie e diseconomie di scala, l'andamento della curva dei costi, i ricavi, il processo di massimizzazione dei profitti.
- 6 **LE FORME CHE IL MERCATO ASSUME E IL BENESSERE SOCIALE**
Definizione di mercato, l'approccio Struttura - Comportamento - Performance, il concetto di concorrenza, le diverse forme di mercato (concorrenza perfetta, monopolio, oligopolio, mercati contendibili) ed il livello di benessere.
- 3 **PUBBLICITÀ, DIVULGAZIONE E BENESSERE**
Pubblicità informativa e persuasiva, la pubblicità come barriera all'entrata, la pubblicità ingannevole, leggi antifrode e leggi sulla divulgazione
- 8 **PROBLEMATICHE MACROECONOMICHE**
Obiettivi macroeconomici, flusso circolare del reddito, crescita economica e ciclo economico (PIL e PNL), disoccupazione, domanda e offerta aggregata, inflazione.
- 6 **REDDITO NAZIONALE E RUOLO DELLA POLITICA FISCALE**
La funzione di consumo, il moltiplicatore keynesiano, tassazione e moltiplicatore, il ruolo e l'efficacia della politica fiscale.
- 4 **I FALLIMENTI DEL MERCATO E L'INTERVENTO PUBBLICO**
Le esternalità positive e le esternalità negative, i fallimenti del mercato (il potere di monopolio e gli altri fallimenti del mercato) e le forme dell'intervento pubblico (tasse e sussidi, leggi e regolamentazioni), vantaggi e svantaggi legati all'intervento dello Stato.
- 8 **LA POLITICA DI CONTROLLO DELL'ECONOMIA**
Mercato del lavoro e disoccupazione, la lotta alla disoccupazione, le cause dell'inflazione, gli effetti dell'inflazione, le politiche antinflazionistiche, il finanziamento del disavanzo pubblico e l'inflazione.
- 4 **ECONOMIA INTERNAZIONALE E BILANCIA DEI PAGAMENTI**
Il commercio internazionale, libero scambio e protezionismo, Bilancia dei pagamenti,

tassi di cambio, Unione Europea, le politiche dell'Unione Europea, Sistema monetario europeo, unione economica e monetaria, il processo di adozione dell'euro, la politica monetaria e l'euro.

Testi consigliati:

o SLOMAN J., Elementi di Economia, Il Mulino, Bologna, 2007.

o KATZ M.L. E ROSEN H.S., Microeconomia, McGraw-Hill, 2003.

o SCHOTTER A., Microeconomia, Torino, Giappichelli Editore, 2002.

o PALMERIO G., Elementi di Economia Politica, Cacucci editore, Bari, 2002.

Il docente si riserva di definire durante il corso le parti dei testi consigliati da approfondire, nonché di indicare ulteriori riferimenti bibliografici a supporto di temi specifici.

o MANKIW N.G. (2007), Principi di Economia, Zanichelli.

Elementi di deontologia e ordinamento professionale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	12365
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Elementi di deontologia e ordinamento professionale:</i> Giovanni Catalisano (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	IUS/10
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	le lezioni si svolgeranno secondo il seguente calendario: Lunedì dalle ore 10:00 alle ore 13:00 presso l'aula B dell'Albergo delle Povere; Venerdì dalle ore 09:00 alle ore 11:00 presso l'aula 4 dell'edificio 15 sito in V.le delle Scienze.
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Elementi di deontologia e ordinamento professionale: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Giovanni Catalisano: Dopo le lezioni, oppure previo appuntamento da richiedere scrivendo una e-mail - email: giovanni.catalisano@unipa.it - telefono:

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

lo studente dovrà dimostrare d'aver maturato un'adeguata conoscenza della disciplina oggetto di studio che gli permetta di cogliere i vari profili interdisciplinari, nonché il possesso di un idoneo linguaggio sia tecnico che giuridico che lo guidi verso una riformulazione personale dei temi studiati che dia prova di comprensione globale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

lo studente sarà chiamato ad illustrare l'applicazione pratica degli istituti studiati, in modo da individuare in modo critico gli effetti più controversi oggetto d'analisi alla luce della particolare ratio sia in ottica nazionale che sovranazionale.

Autonomia di giudizio

allo studente verrà richiesto di commentare i casi concreti studiati, individuando ed illustrando gli istituti normativi coinvolti, le soluzioni offerte dalla giurisprudenza con particolare attenzione alle differenti soluzioni proposte.

Abilità comunicative

lo studente, partendo dalla maturazione di un adeguato linguaggio tecnico-giuridico, dovrà fornire prova di un'ottima capacità espositiva, con particolare attenzione alla capacità di sintesi che sarà oggetto di attenta valutazione.

Capacità di apprendimento

si valuteranno le tecniche argomentative scelte dallo studente, la partecipazione attiva alle lezioni, il confronto che vorrà instaurare con il docente e con gli altri studenti, nonché la capacità di critica e di saper andare oltre rispetto al singolo dato normativo indice di comprensione globale dei temi trattati.

Obiettivi formativi

Elementi di deontologia e ordinamento professionale

Titolo del corso: *Elementi di deontologia e ordinamento professionale*

Il corso si propone l'obiettivo di fornire agli studenti il possesso d'adeguate conoscenze in materia d'esercizio della professione giornalistica, soffermandosi sul particolare ruolo del giornalista, sui diritti e doveri coinvolti, sui profili deontologici e sulla responsabilità civile e penale, in modo da consegnare un quadro globale della materia.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

2	La rilevanza costituzionale della professione giornalistica
2	Il ruolo del giornalista
2	Il diritto di cronaca
2	Il diritto di critica
2	Il valore della C.E.D.U.
4	La legge professionale: l'accesso alla professione
2	L'Ordine dei giornalisti: competenze e funzioni
2	La deontologia professionale: ratio, operatività e limiti
6	Il Codice deontologico: diritti e doveri
2	La responsabilità del giornalista: deontologica; civile; penale
4	L'illecito deontologico ed il procedimento disciplinare
2	L'obbligazione risarcitoria
6	Il reato di diffamazione a mezzo stampa
2	Case study sentenza C.E.D.U. del 17.07.2008 causa Riolo c/ Italia

Testi consigliati:

1. G. Corasaniti, *Diritto e deontologia dell'informazione*, Padova, Cedam, 2006;
2. P. Caretti, *Diritto dell'informazione e della comunicazione*, Bologna, Il Mulino, 2009, pagg. 31-41, 46-60;
3. G. Catalisano, *L'esercizio del diritto di cronaca*, in www.altalex.com, 2010 - ISSN 1720-7886;
4. G. Catalisano, *La disciplina del diritto di critica*, in www.altalex.com, 2010 - ISSN 1720-7886;
5. G. Catalisano, *Dignità umana e diffamazione a mezzo stampa*, in www.altalex.com, 2010 - ISSN 1720-7886;
6. G. Catalisano, *Diffamazione a mezzo stampa: fattispecie e disciplina*, in www.altalex.com, 2010 - ISSN 1720-7886;
7. G. Catalisano, *Diffamazione a mezzo stampa: espressioni, fatti e dichiarazioni divergenti*, in www.altalex.com, 2010 - ISSN 1720-7886;

8. F. Verri - V. Cardone, Diffamazione a mezzo stampa e risarcimento del danno, II ed., Milano, Giuffrè, 2007, da pag. 581 a pag. 592 e da pag. 622 a pag. 661;
9. Codice deontologico dei giornalisti;
10. risoluzione Consiglio d'Europa n. 1003 del 1993;
11. sentenza C.E.D.U. del 17.07.2008 causa Riolo c/ Italia;
12. materiale didattico pubblicato nella sezione documenti.

Filosofia politica

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	70521
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Filosofia politica:</i> Serena Marcenò (Ricercatore) <i>Filosofia politica:</i> Serena Marcenò (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/01
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Filosofia politica: esame orale Filosofia politica:
Ricevimento:	Serena Marcenò: Dal 20 settembre al 5 dicembre 2012 la prof.ssa Marcenò sarà all'estero per motivi di studio, i ricevimenti sono dunque sospesi ma chi avesse bisogno può mettersi in contatto con la docente inviando una email a serena.marceno@unipa.it - email: serena.marceno@unipa.it - telefono: 091.23863333 Serena Marcenò: Dal 20 settembre al 5 dicembre 2012 la prof.ssa Marcenò sarà all'estero per motivi di studio, i ricevimenti sono dunque sospesi ma chi avesse bisogno può mettersi in contatto con la docente inviando una email a serena.marceno@unipa.it - email: serena.marceno@unipa.it - telefono: 091.23863333

Obiettivi formativi

Filosofia politica

Titolo del corso: *Verità e Politica. Sul concetto di opinione pubblica.*

Il corso ha per oggetto la relazione che intercorre tra la Parresia (il dire-il-vero) e la Democrazia e del concetto a queste legato di "opinione pubblica".

Obiettivo del corso è di dare agli studenti una formazione di base sulle categorie teoriche del discorso filosofico politico e di fornire loro gli strumenti critici utili all'analisi delle pratiche dell'agire e

della comunicazione politica.

Da un punto di vista metodologico le lezioni saranno dedicate ad analizzare il nesso tra verità e politica attraverso un percorso di letture di testi classici del pensiero filosofico politico dall'antichità fino all'età contemporanea.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

8	Parresia, Democrazia, Cittadinanza
8	La Parresia politica
8	La Parresia filosofica
10	Spazio pubblico e sfera privata
8	La sfera pubblica
8	Uso pubblico e uso privato della ragione
10	Sul concetto di opinione pubblica

Testi consigliati:

Testi in programma d'esame

Hannah Arendt, Vita Activa. La condizione umana, Bompiani;

Jurgen Habermas, Storia e critica dell'opinione pubblica, Laterza;

Michel Foucault, Il governo di sé e degli altri. Corso al Collège de France (1982-1983), Feltrinelli.

Testi di approfondimento utilizzati nel corso delle lezioni (ai non frequentanti si raccomanda particolarmente la lettura dei testi 1, 2, 3 e 4):

1)I. Kant, Risposta alla domanda cos'è illuminismo;

2)H. Arendt, Verità e Politica, Bollati Boringhieri, Torino 1995;

3)H. Arendt, La menzogna in politica. Riflessioni sui "Pentagon Papers", Marietti, Genova 2006;

4)Lo Stato Moderno, Dispensa scaricabile dalla pagina personale della docente;

5)S. Marcenò, Better safe than sorry. Ambiente sicuro e biopolitica delle popolazioni, in O. Marzocca (a cura di) Governare l'ambiente' La crisi ecologica tra poteri, saperi e conflitti, Mimesis 2010;

6)M. Foucault, Sull'origine dell'ermeneutica de sé, Cronopio 2012

7)I. Kant, Sul detto comune: questo può essere giusto in teoria ma non vale per la prassi;

8)I. Kant, Per la pace perpetua;

9)I. Kant, Antropologia dal punto di vista pragmatico;

Obiettivi formativi

Filosofia politica

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Fondamenti di informatica

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	03475
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Fondamenti di informatica:</i> Roberto Pirrone (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	ING-INF/05
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Esercitazioni in laboratorio
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Fondamenti di informatica: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Roberto Pirrone: Martedì ore 11,00 - 13,00 (salvo in caso di impegni istituzionali). Per altre date, richiedere un appuntamento via e-mail. Dipartimento di Ingegneria Chimica, Gestionale, Informatica e Meccanica - Viale delle Scienze, Edificio 6, III piano, Stanza 8 - email: roberto.pirrone@unipa.it - telefono: 09123842525

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente, al termine del corso, avrà acquisito conoscenze e metodologie per comprendere gli aspetti legati allo sviluppo di un progetto comunicativo che usi le nuove tecnologie informatiche, con particolare riferimento alla struttura ed allo sviluppo di contenuti informativi per il World Wide Web. Egli conoscerà i fondamenti delle tecnologie XHTML, CSS e Javascript. Inoltre, lo studente avrà una conoscenza basilare degli aspetti teorici legati alle architetture hardware, allo sviluppo del software nonché della comunicazione sulla rete.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente avrà acquisito la capacità di costruire semplici contenuti multimediali per il web utilizzando le tecnologie fondanti per strutturare, presentare e controllare l'esecuzione dinamica di azioni sui contenuti da parte dell'utente finale.

Autonomia di giudizio

Le conoscenze acquisite consentiranno allo studente di comprendere quali possono essere le limitazioni tecnologiche per l'effettiva realizzabilità di un progetto comunicativo articolato, basato

sull'uso del web. Inoltre, lo studente sarà in grado di definire in autonomia un semplice flusso di lavoro per la creazione di contenuti per il web, a partire dall'ideazione del progetto comunicativo fino alla sua definizione in termini di documenti XHTML/CSS/Javascript.

Abilità comunicative

Lo studente acquisirà la terminologia propria dell'informatica e saprà discernere la polisemia di alcuni termini di questa micro lingua, quando sono usati in contesti differenti nonché acquisirà il significato dei molti anglicismi presenti nel linguaggio informatico. In questo modo lo studente sarà in grado di interagire correttamente con gli esperti informatici in tutti quei contesti lavorativi in cui sia necessaria l'interazione tra più professionalità per lo sviluppo di progetti comunicativi complessi.

Capacità di apprendimento

Lo studente sarà in grado di affrontare in autonomia lo studio approfondito delle tecnologie di sviluppo di contenuti per il web. Inoltre, saprà leggere qualunque documentazione di carattere informatico, cogliendone il significato di base, anche se sarà in grado di approfondire solo limitatamente le tematiche teoriche di tipo specialistico eventualmente presenti in questi documenti.

Obiettivi formativi

Fondamenti di informatica

Titolo del corso: *Fondamenti di Informatica*

Il Corso di Fondamenti di Informatica si propone di fornire agli studenti delle lauree della classe L20 - Scienze della Comunicazione - una panoramica generale sul mondo delle nuove tecnologie dell'informatica e delle telecomunicazioni.

Il professionista della comunicazione si deve cimentare ogni giorno con le nuove tecnologie, vuoi per comunicarne i concetti al pubblico, vuoi per interagire correttamente con i professionisti di settore al fine di realizzare un progetto comunicativo.

Lo scopo di questo tipo di studi è lungi dal voler formare un tecnico, ma è, piuttosto, quello di fornire allo studente una solida informazione sugli argomenti trattati affinché questi possa svolgere al meglio la propria attività professionale.

Ad ogni buon conto, il livello di approfondimento tecnico delle nozioni impartite è comparabile con quello di un corso base di informatica erogato da una facoltà scientifica ed è articolato in un percorso rigoroso dove i concetti illustrati si evolvono via via dalle conoscenze pregresse.

Il corso consta di una parte teorica quantificata in 6 CFU e di una parte esercitativa che ammonta a 3 CFU.

La parte teorica viene svolta in circa 40 ore di lezione frontale ed affronta dapprima gli aspetti tecnici legati al concetto di informazione, al paradigma generale dell'elaborazione automatica dell'informazione in forma algoritmica, alla rappresentazione digitale dell'informazione, alla struttura dell'elaboratore elettronico, del sistema operativo ed infine alle tecnologie di interconnessione in rete dei calcolatori ed al funzionamento dei servizi di Internet e del web.

La parte di esercitazione in aula si svolge in circa 20 ore e mira a far prendere confidenza allo studente con le tecnologie web di base che vedono un'architettura tripartita per la creazione di

contenuti sulla rete in cui la struttura del documento è separata dalla sua presentazione all'utente ed al controllo della dinamicità dei contenuti stessi. Le tre tecnologie deputate per gestire struttura, presentazione e controllo di una pagina web sono: XHTML, CSS, Javascript.

In particolare, il linguaggio Javascript è utilizzato come semplice formalismo di programmazione per illustrare le problematiche legate alla creazione ed analisi degli algoritmi.

Alle esercitazioni in aula si affiancano 18 ore opzionali di esercitazioni al laboratorio in cui lo studente può mettere in pratica le nozioni acquisite durante le ore di esercitazione in aula.

L'esame finale consta di un test scritto e dell'analisi di un progetto comunicativo realizzato su temi a scelta dello studente utilizzando la tecnologia del world wide web.

Il voto complessivo dell'esame si compone nel modo seguente:

» Test scritto (valido per acquisire 6CFU): 2/3 del voto finale

»» 24 domande a risposta multipla: fino a 11 risposte esatte viene dato un voto fino a 15/30 in proporzione alle risposte corrette; da 12 a 24 risposte esatte viene dato un voto che va da 18/30 a 30/30 in proporzione al numero delle risposte corrette acquisendo 1 punto per ogni risposta corretta oltre la dodicesima (peso sul totale del voto dello scritto: 70%)

»» 1 esercizio breve di programmazione Javascript: voto variabile tra 0 e 10, poi rapportato a 30 (peso sul totale del voto dello scritto: 20%)

»» 1 domanda a risposta aperta su argomenti di teoria: voto variabile tra 0 e 10, poi rapportato a 30 (peso sul totale del voto dello scritto: 10%)

» Analisi del sito web (valida per acquisire 3CFU): 1/3 del voto finale.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|---|--|
| 1 | Introduzione al corso: organizzazione delle lezioni, testi consigliati, modalità di esame |
| 3 | Introduzione agli algoritmi: definizione, proprietà, rappresentazione |
| 5 | Ideazione e progetto di algoritmi: strutture dati, algoritmi di massimo/minimo, ricerca sequenziale e binaria, ordinamento a bolle |
| 2 | Efficienza degli algoritmi: definizione classi di efficienza lineare, quadratica e logaritmica, algoritmo di ricerca binaria |
| 2 | Sistemi di numerazione: notazione posizionale, sistema binario, sistema esadecimale, conversioni di base |
| 1 | Rappresentazione dell'informazione digitale: numeri interi e reali, testi, informazioni multimediali, concetto di campionamento e quantizzazione |
| 2 | Introduzione all'algebra booleana: operatori logici e loro realizzazione hardware, concetto di circuito logico come componente del hardware |
| 3 | Architettura di Von Neumann: CPU, memoria e cache, dispositivi di I/O e bus |
| 1 | Architetture di elaborazione non Von Neumann, breve storia dei calcolatori |
| 1 | Concetto di macchina virtuale e della stratificazione del software, software di sistema, sistema operativo |
| 4 | Introduzione al linguaggio assembler, funzioni di un sistema operativo, breve storia dei sistemi operativi |
| 2 | Linguaggi di programmazione di alto livello e loro classificazione: linguaggi procedurali, ad oggetti e per scopi specifici |
| 1 | Paradigmi di programmazione funzionale e logica, cenni di ingegneria del software. |
| 1 | Traduzione dei linguaggi: compilatori ed interpreti, le fasi della compilazione |
| 2 | Introduzione alle basi di dati: caratteristiche di un DBMS, modelli logici di DBMS, introduzione al linguaggio SQL. |
| 3 | Reti di calcolatori: tecniche di connessione, reti LAN e WAN, architettura dell'Internet, |

- architettura a 5 livelli dei protocolli di comunicazione
- 1 Protocolli TCP/IP: struttura degli indirizzi di rete, trasporto dei messaggi e DNS; paradigma di elaborazione client-server e concetto di porta, servizi di rete: posta elettronica, chat, ftp, emulazione di terminale.
 - 2 Il World Wide Web: breve storia, concetto di ipertesto, funzionamento di base, cenni sulle architetture delle applicazioni web.

Esercitazioni

Ore: Argomenti:

- 4 Introduzione a XHTML: breve storia, XHTML come declinazione di XML, struttura di base di un documento, elementi base di tipo blocco ed elementi in linea, inserimento di testo ed immagini.
- 3 Inserimento di uno script nel documento XHTML ed esecuzione di semplici script.
- 4 Introduzione ai fogli di stile: inserimento dello stile a livello di elemento XHTML, a livello di pagina e come documento esterno, struttura di un CSS, stile del testo e delle immagini, identificatori e classi, selettori complessi e priorità dei selettori delle regole, unità di misura nei CSS.
- 7 Inserimento dati negli script e output in HTML o tramite messaggistica, realizzazione Javascript degli algoritmi presentati nella parte teorica.
- 4 Tag di intestazione di un documento XHTML, realizzazione XHTML delle liste e regole di stile relative, box model e realizzazione di layout a dimensione fissa o "liquido", tabelle XHTML.
- 7 Gestione Javascript di dati numerici e stringhe, array, proprietà principali degli oggetti document, navigator e window.
- 5 Form XHTML, gestione degli eventi Javascript, inserimento di applet ed oggetti multimediali nei documenti XHTML. Gestione degli oggetti Date, Image e RegExp in Javascript.
- 4 Introduzione al Document Object Model (DOM) e modifica dello stile con Javascript.

Testi consigliati:

G. Michael Schneider, Judith L. Gersting, "Informatica", Ed. Apogeo, 2007, ISBN: 978-88-503-2383-8, costo EUR 35,00

Shelley Powers, "Programmare in Javascript" Ed. Tecniche Nuove, 2007, ISBN: 978-88-481-2058-6, costo EUR 29,90

Materiale didattico in forma elettronica disponibile sul sito web del docente

<http://www.dinfo.unipa.it/~perrone/ita/courses/fondinfo.html>

Siti web con manuali di riferimento per le esercitazioni:

<http://www.web-link.it/>

<http://www.w3schools.com/>

Letteratura albanese

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04384
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Letteratura albanese:</i> Matteo Mandalà (Professore ordinario) <i>Letteratura albanese:</i> Matteo Mandalà (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/18
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa Facoltativa
Metodi di valutazione:	Letteratura albanese: Letteratura albanese: esame orale
Ricevimento:	Matteo Mandalà: Lunedì - email: matteo.mandala@unipa.it - telefono: 091 23896304 Matteo Mandalà: Lunedì - email: matteo.mandala@unipa.it - telefono: 091 23896304

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza dei principali temi e momenti della letteratura romantica e risorgimentale albanese. Comprensione e interpretazione dei testi sottoposti ad analisi durante il corso al fine di individuare differenze e continuità nell'evoluzione storica della civiltà letteraria albanese nelle sue articolazioni geo-culturali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di riconoscere le specificità diacroniche e sincroniche dei temi della letteratura romantica e risorgimentale albanese

Autonomia di giudizio

Uso di metodologie di analisi e di nozioni di teoria della letteratura al fine di predisporre autonomamente analisi testuali in contesto comparativo.

Abilità comunicative

Essere in grado di stabilire strategie comunicative valide durante l'acquisizione del dato letterario e

nella fase di esposizione dei risultati acquisiti

Capacità di apprendimento

Acquisizione di una capacità di organizzazione del lavoro di ricerca (redazioni e consultazioni delle bibliografie, individuazione delle fonti - scritte e orali -, elaborazione e applicazione di metodi storico-comparati).

Obiettivi formativi

Letteratura albanese

Stimolare la conoscenza della letteratura albanese nel quadro della sua evoluzione storica e delle sue molteplici relazioni culturali. Sviluppare e affinare la ricerca comparata al fine di individuare, sul piano diacronico, affinità e divergenze e, su quello sincronico, sopravvivenze e sviluppi delle istituzioni letterarie in ambito balcanico. Assicurare l'acquisizione di metodi di analisi e di strategia comunicative volte, rispettivamente, a impostare indagini autonome e a comunicare i risultati conseguiti.

Presentazione del corso e illustrazione di obiettivi e metodi

Lineamenti di storia della letteratura albanese dei secc. XVIII-XIX (la fase romantica e quella risorgimentale, le principali proposte di periodizzazione, i principali circoli letterari albanesi nei Balcani e in Europa)

Caratteri generali del romanticismo albanese

Dal romanticismo al risorgimento: il movimento della Rilindja

La letteratura italo-albanese e i suoi principali esponenti

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|--|
| 2 | Introduzione al corso. |
| 2 | La letteratura orale e popolare |
| 6 | La letteratura romantica e risorgimentale: periodizzazione. La Rilindja (1836-1887) in Italia, in Albania, nelle colonie albanesi (De Rada, Dara, Schirò; Frashëri, Çajupi, Asdreni) |
| 10 | La letteratura risorgimentale (La corrente nazionalista: le due scuole letterarie scutarine) |
| 10 | La letteratura albanese tra le due guerre (Fishta, Mjedja, Migjeni, Koliqi, Kuteli, Spasse) |
| 10 | La letteratura albanese del realismo socialista (D. Agolli, N. Jorgaqi, F. Arapi, ecc.) |
| 10 | Ismail Kadare e la prosa contemporanea albanese |
| 10 | La letteratura albanese del dopo comunismo |

Testi consigliati:

Matteo Mandalà, Poesia popolare e poesia d'arte nella Rilindja. Gli studi e le ricerche degli italo-albanesi, Palermo, 1988.

Matteo Mandalà, La diaspora e il ritorno : mito storia cultura tradizionale nell'opera di Giuseppe Schirò, Palermo, 1990.

Obiettivi formativi

Letteratura albanese

L'insegnamento si propone di sviluppare le abilità comunicative in lingua albanese mediante l'acquisizione di capacità relative alla comprensione di testi complessi su argomenti del loro ambito di studio e alla interlocuzione efficace (attiva e passiva) in contesti situazionali differenti.

Parte del corso mirerà, inoltre, a sviluppare nel discenti la capacità di distinguere la lingua letteraria standard dalle varianti dialettali e di predisporre strategie idonee all'interferenza linguistica.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 2 Introduzione al corso.
- 2 La letteratura orale e popolare
- 6 La letteratura romantica e risorgimentale: periodizzazione
 La Rilindja (1836-1887) in Italia, in Albania, nelle colonie albanesi (De Rada, Dara, Schirò; Frashëri, Çajupi, Asdreni)
- 10 La letteratura risorgimentale (La corrente nazionalista: le due scuole letterarie scutarine)
- 10 La letteratura albanese tra le due guerre (Fishta, Mjedja, Migjeni, Koliqi, Kuteli, Spasse)
- 10 La letteratura albanese del realismo socialista (D. Agolli, N. Jorgaqi, F. Arapi, ecc.)
- 10 Ismail Kadare e la prosa contemporanea albanese
- 10 La letteratura albanese del dopo comunismo

Testi consigliati:

GIUSEPPE SCHIRÒ, Junior, Storia della letteratura albanese, Milano 1959.

Matteo Mandalà, Poesia popolare e poesia d'arte nella Rilindja. Gli studi e le ricerche degli italo-albanesi, Palermo, 1988.

Altri materiali didattici saranno distribuiti durante le lezioni.

Letteratura italiana

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04438
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Letteratura italiana:</i> Antonio Iurilli (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-FIL-LET/11
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali. Eventuali prove scritte in itinere.
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Letteratura italiana: esame orale
Ricevimento:	Antonio Iurilli: Tutti i mercoledì dalle 09,00 alle 14,00. Tutti i giovedì dalle 09,00 alle 15,00. CHIEDERE COMUNQUE CONFERMA VIA MAIL ALMENO 5 GIORNI PRIMA - email: aiuril@alice.it - telefono: 091.23896303

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Obiettivo del corso è quello di sviluppare le capacità critiche dello studente in rapporto alla fenomenologia letteraria collocata nel coevo contesto storico-sociale. Nello specifico, il corso favorirà l'approfondimento di un momento centrale della cultura nazionale ed europea, durante il quale alcuni gruppi intellettuali attivi in Italia, fondano la modernità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il metodo impartito, per quanto limitato ad uno specifico e circoscritto periodo storico, consentirà allo studente di orientare agevolmente le sue conoscenze all'interno di altri fenomeni letterari cogliendone il grado di innovazione e di conservazione.

Autonomia di giudizio

L'analisi testuale, opportunamente condotta su testi complessi per tematiche dibattute e formalizzazione retorico-linguistica, favorirà l'acquisizione di un'autonomia di giudizio che dal testo letterario potrà spaziare entro diversi ambiti disciplinari.

Abilità comunicative

Essendo quello della comunicazione uno dei temi centrali del corso, lo studente non potrà non migliorare le sue abilità comunicative grazie ad un costante confronto con le tecniche della comunicazione messe in atto dagli umanisti in tutti i generi letterari praticati.

Capacità di apprendimento

Il potenziamento delle capacità di apprendimento verrà favorito dall'applicazione dello studente alla complessità dei testi esaminati e alla necessità di contestualizzarli storicamente.

Obiettivi formativi

Letteratura italiana

Titolo del corso: *MODERNITA' DELL'UMANESIMO*

Nel mondo della interconnessione è inevitabile, anzi auspicabile, che lo studio della letteratura ripensi il proprio statuto alla ricerca dei modi attraverso cui aprirsi ad altri àmbiti disciplinari, non già per annullare la propria specificità, ma per arricchirne il valore e la funzione. Il tempo della complessità respinge ogni regime di chiusura protezionistica e opta per un sistema di relazioni. L'idea di una letteratura 'contaminata', cioè integrata nel sistema delle conoscenze (del quale può addirittura costituire il riflesso o la summa), presuppone in definitiva l'allargamento del canone fuori dai recinti della letterarietà con una moltiplicazione del 'senso' e del 'significato' relativo sia all'ordine estetico che a quello conoscitivo.

Allineato con queste proposizioni, il programma di Letteratura italiana destinato a studenti coinvolti in percorsi formativi attinenti alla comunicazione, intende, nel corrente a.a. 2010-2011, rivolgere l'attenzione ad un momento fondamentale della civiltà letteraria (ma non solo letteraria) dell'Occidente, l'età dell'Umanesimo, per coglierne la portata innovativa in tutti i campi della conoscenza e l'identità di momento fondante della modernità.

Lo svolgimento del corso prevede lezioni frontali integrate da esercitazioni scritte in itinere, utili a conseguire i crediti previsti. Saranno trattati i seguenti argomenti:

1. Umanesimo e modernità
2. Rinascita e Rivoluzione
3. Il quadro di riferimento storico-sociale
4. La rivoluzione del libro
5. Alle radici dell'uomo moderno
6. Principi si diventa
7. Raccontare la storia
8. Dignità della donna
9. Nuovi modi di comunicare

A ciascun argomento trattato corrisponderanno le letture di alcuni testi, delle quali verrà fornito l'elenco alla fine del corso. Di massima, gli autori presi in considerazione saranno: Francesco Petrarca, Lorenzo Valla, Lorenzo de' Medici, Leon Battista Alberti, Nicolò Machiavelli, Pietro Bembo, Antonio Galateo.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|---|
| 20 | Umanesimo e modernità Il quadro storico-sociale di riferimento. La crisi del Comune, l'avvento delle Signorie. La nuova civiltà urbana. Il sistema scolastico. Le <i>humanae literae</i> . Recupero dell'antico. La stampa a caratteri mobili |
| 10 | Crisi identitaria dell'uomo medievale. Petrarca. Letture dal <i>Secretum</i> e dal <i>Canzoniere</i> . La letteratura in volgare: Lorenzo de' Medici. Lingua e retorica: Lorenzo Valla |
| 10 | La civiltà del dialogo. Il territorio, la società, la famiglia, l'economia. Leon Battista Alberti |
| 10 | Storiografia e Politica. Scrivere la storia. De regimine principum/Regnandi scientia. |

- 10 Lorenzo Valla, Nicolò Machiavelli
Emancipazione della donna. Antonio Galateo. Il classicismo e la lingua letteraria.
Nuove forme di comunicazione

Testi consigliati:

F. Tateo, Modernità dell'Umanesimo, Salerno, Edisud, 2010 (il libro va studiato in tutte le parti teoriche, mentre dei testi verrà fornito un elenco a fine corso).

L. Febvre-H.-J. Martin, La nascita del libro, Bari, Laterza, 1988 (relativamente alle pp. XVIII-XXX)

A. Iurilli, Carattere di Papa: Alessandro, Aldo, l'italico, in Principato ecclesiastico e riuso dei classici. Gli umanisti e Alessandro VI, Atti del convegno, Roma, Roma nel Rinascimento, 2002, pp. 37-48 (copia dell'estratto verrà resa disponibile gratuitamente durante le lezioni).

R. Luperini e altri, La scrittura e l'interpretazione, Palermo, Palumbo, 1997 (limitatamente alla parte che riguarda i temi del corso).

Di massima, i testi che verranno letti e commentati durante il corso sono i seguenti:

F. PETRARCA, Una malattia moderna (Secretum II, TATEO 59-61)

F. PETRARCA, La guerra e la pace (Epistole familiari XI 8, TATEO 65-67)

L. BRUNI, Impegno civile dello storico (Istoria fiorentina, proemio, TATEO 67-69)

LAPO DA CASTIGLIONCHIO IL GIOVANE, (Epistole, TATEO 72-74).

L. VALLA, Lingua come libertà (Elegantiae, prefazione, TATEO 76-77).

L.B. ALBERTI, Divulgazione del sapere (I libri della Famiglia, III proemio, TATEO 82-83).

M. FICINO, Una vita ecologica (Consilio contro la pestilenza, TATEO 92-94).

L. DE' MEDICI, Il disagio della città (De summo bono I 1-60, TATEO 105-107).

ERASMO DA ROTTERDAM, Come impone le tasse (Institutio principis christiani, TATEO 140-142).

A. POLIZIANO, Originalità dello scrittore (Epistola a Paolo Cortese, TATEO 100-101).

P. CORTESE, Continuità e innovazione (Epistola al Poliziano, TATEO 101-102).

G. PONTANO, Affabilità della conversazione (De sermone, TATEO 117-119).

N. MACHIAVELLI, Incertezze della politica (Il principe, VII, XXV, TATEO 134-136).

A. GALATEO, Dignità della donna (Epistola a Maria di Portogallo, TATEO 165-166).

A. FIRENZUOLA, Parità dei due sessi (Dialogo delle bellezze delle donne, TATEO 166-167).

NB. Gli studenti dei corsi ad esaurimento, per i quali il piano di studi prevede un corso di 6 crediti (40 ore di didattica), dovranno preparare l'esame sui primi sei argomenti sopra elencati e sui primi 2/3 dei testi letti.

Lingua araba

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04532
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua araba:</i> Patrizia Spallino (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	L-OR/12
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Ogni lezione sarà seguita da momenti di esercitazione e relativa correzione degli esercizi assegnati.
Frequenza:	Obbligatoria
Metodi di valutazione:	Lingua araba: esame orale, sviluppo di casi di studio, attività di laboratorio, discussione guidata in gruppo
Ricevimento:	Patrizia Spallino: Il ricevimento è fissato il giovedì dalle ore 13 alle ore 14. - email: patrizia.spallino@unipa.it - telefono: 3394831942

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Riconoscimento dell'alfabeto arabo. Capacità di lettura e di traslitterazione. Comprensione della frase nominale, dello stato costruito e sue modalità d'applicazione. Conoscenza del verbo arabo semplice. Conoscenze delle formule di saluto e convenevoli di base.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Applicare le conoscenze di base su testi elementari in lingua araba

Autonomia di giudizio

Capacità di giudicare le varie strutture morfologiche e sintattiche di base.

Abilità comunicative

Riuscire a comunicare tramite le prime espressioni della lingua araba di base

Capacità di apprendimento

Raggiungimento degli obiettivi fissati dal programma che consenta agli allievi di continuare a procedere nei livelli successivi in modo più o meno autonomo.

Obiettivi formativi

Lingua araba

Il corso si prefigge l'acquisizione dei principi che regolano la lingua araba nei suoi aspetti fonologico, morfologico, lessicale e sintattico, attraverso un approccio che tenga conto della descrizione che i grammatici arabi hanno dato alla propria lingua. I

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

2	I - Introduzione 1. Nascita e sviluppo della lingua araba 2. Registri di lingua e poliglossia.
15	II. Scrivere arabo 1. Dalla rappresentazione simbolica al segno grafico 2. Il sillabario arabo
2	3. Nozioni di fonetica e fonologia
	III - Morfologia
	1. I morfemi 2. Nomi, verbi, particelle
3	3. I nomi 4. Le particelle: introduzione
3	
	IV - Pensare per radici. Il sistema derivazionale: sua duttilità e funzionalità
3	V - Sintassi 1. La flessione della proposizione nominale.
4	2. Lo stato costruito.
3	3. L'aggettivo e suo accordo
2	Pronomi personali 5. Aggettivi possessivi
3	6. Il verbo arabo. Introduzione generale

Testi consigliati:

Laura Veccia Vaglieri - Maria Avino

Grammatica teorico pratica della lingua araba.

Istituto per l'Oriente. Roma 2011

G. Mion

La lingua araba

Carocci 2008

Ulteriore materiale didattico verrà distribuito a lezione in fotocopie

Lingua inglese

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04677
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Lingua inglese:</i> Geraldine Foster (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	L-LIN/12
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Lingua inglese: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Geraldine Foster: martedì 9.00-12.00 stanza 705 - email: geraldineann.foster@unipa.it - telefono: 091-6815022

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente deve dimostrare di comprendere testi scritti e discorsi orali in inglese relativi al mondo della comunicazione anglo-sassone, compreso i campi professionali e le strategie comunicative di maggiore interesse.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

In linea con la logica di empowerment, lo studente deve dimostrare la sua capacità di applicare le conoscenze acquisite nel compimento di uno o più progetti creativi, analitici e/o professionali da presentare alla prova orale, e di saperne discutere in lingua inglese.

Inoltre, dovrebbe dimostrare di aver acquisito le abilità interpersonali, analitiche, esplicative, creative e di auto-gestione necessarie per lo sviluppo di un approccio professionale.

Autonomia di giudizio

Lo studente deve dimostrare la capacità di raccogliere e interpretare dati disponibili in lingua inglese in internet e altrove, formulando i suoi giudizi autonomi comprese riflessioni su temi sociali ed etici a essi connessi.

Abilità comunicative

Lo studente deve dimostrare di saper comunicare in lingua inglese informazioni, idee, problemi e soluzioni, utilizzando anche il lessico di base delle discipline dell'informazione e della comunicazione.

Capacità di apprendimento

Lo studente deve dimostrare di aver sviluppato delle strategie di apprendimento auto-dirette e autonome nello sviluppo e discussione di uno o più progetti creativi, analitici e/o professionali, e l'analisi di materiale multimediale e testi specializzati forniti dal docente o ricapitati in rete.

Obiettivi formativi

Lingua inglese

Titolo del corso: *Scienze della comunicazione per i Media e le Istituzioni: Lingua Inglese*

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Il Corso intende preparare gli studenti ad esprimersi efficacemente in lingua inglese, a comprendere e discutere problematiche che riguardano il mondo d'informazione e comunicazione anglosassone, sviluppando la loro conoscenza del lessico specializzato del campo di riferimento, e portando la loro conoscenza della grammatica inglese al Livello B2.

Lo studio degli sbocchi e progressione professionali nel mondo anglo-sassone intende preparare gli studenti a muoversi in un ambito lavorativo internazionale e sviluppare la loro capacità di sintesi.

Lo studio del mondo pubblicitario anglo-sassone intende: preparare gli studenti a muoversi in un ambito lavorativo internazionale; aiutare gli studenti a sviluppare le loro capacità di analizzare e creare comunicazioni persuasive.

Lo studio del web design nel mondo anglo-sassone ha lo scopo di aiutare gli studenti a sviluppare le loro capacità analitiche, comparative, esplicative e creative.

Lo studio della comunicazione interpersonale internazionale intende preparare gli studenti a sentirsi a proprio agio in una situazione internazionale.

Lo studio della comunicazione istituzionale e aziendale nel mondo anglo-sassone mira a preparare gli studenti ad esprimersi in modo chiaro, breve e multimediale.

Lo studio del giornalismo anglo-sassone si prefigge di preparare gli studenti a muoversi in un contesto giornalistico internazionale e sviluppare la loro capacità di riflessione su temi sociali ed etici.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

4	elementi di fonetica e fonologia
8	studio delle strutture morfo-sintattiche
4	funzioni linguistiche
4	coerenza e coesione del testo e struttura dei diversi tipi testuali
7	Sbocchi e progressione professionali nel mondo anglo-sassone
7	Tecnica pubblicitaria nel mondo anglo-sassone
7	Web design nel mondo anglo-sassone
5	Comunicazione interpersonale internazionale
7	Comunicazione istituzionale e aziendale nel mondo anglo-sassone
7	Giornalismo anglo-sassone

Esercitazioni

Ore: Argomenti:

32	acquisizione della padronanza della grammatica inglese e le funzioni linguistiche previste per il livello B2
8	conoscenza dell'alfabeto fonetico internazionale e lo sviluppo della pronuncia autonoma della lingua inglese

- 32 sviluppo della capacità di comprensione e produzione orale e scritta in lingua inglese
- 8 ideazione, sviluppo e presentazione di eventuali progetti da presentare agli esami orali
- 25 ascolto di discorsi in lingua inglese anche in Rete (bbcworld.com/learningenglish; youtube.com; ecc.)
- 23 lettura e comprensione dei testi resi disponibili dal docente e dal lettore del corso, e acquisizione del lessico generale e specializzato del campo di riferimento, compresa la pronuncia
- 12 ricerca e perfezionamento di eventuali progetti
- 25 discussione in gruppo di argomenti pertinenti al corso

Testi consigliati:

Durante il corso saranno resi disponibili sul web e/o distribuiti agli studenti dei materiali didattici che saranno analizzati insieme al docente e che saranno oggetto di discussione durante l'esame.

Libro di testo del corso, dotato di CD per l'ascolto e BBC podcasts:

Francis Eales and Steve Oakes, Speakout Upper Intermediate Students' Book, Pearson-Longman

Si consiglia anche l'uso di un libro di grammatica di livello B1-B2, come i seguenti:

Gallagher & Galuzzi, Activating Grammar - multilevel, Pearson Longman

Gallagher & Galuzzi, Activating Grammar - Digital Edition, Pearson Longman

Foster G.A. and Halstead R., Perfecting Your English, Edises, Napoli.

e di un dizionario monolingue e bilingue come i seguenti:

Collins Cobuild, English Dictionary on CDROM, Collins (versione elettronica)

Ragazzini G., il Ragazzini, dizionario inglese - italiano, italiano - inglese, Zanichelli Editore, Bologna

Online Dictionaries:

www.wordreference.com;

www.thefreedictionary.com;

www.merriam-webster.com

Agli studenti che ritengono di avere delle grosse lacune si consiglia, inoltre, l'uso di un libro di lingua inglese di livello base (A1-A2), come i seguenti:

Raymond Murphy, Essential Grammar in Use, Cambridge University Press

Foster G.A., English for the Italian University: from ABC to ESP, Edises, Napoli

Linguistica italiana

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04777
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Linguistica italiana:</i> Mari D'Agostino (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-FIL-LET/12
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali Esercitazioni: Per alcuni degli argomenti delle lezioni frontali si farà ricorso a film documentari che verranno commentati in aula a supporto e esemplificazione delle questioni teoriche affrontate, con lo scopo di verificare la capacità da parte degli studenti di leggere criticamente le realtà sociolinguistiche di volta in volta proposte. Verranno inoltre effettuate esercitazioni di analisi e riscrittura funzionale di testi pubblici
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Linguistica italiana: esame orale, sviluppo di casi di studio, discussione guidata in gruppo
Ricevimento:	Mari D'Agostino: Lunedì ore 12-13, Viale delle Scienze, ed. 15 Piano V - email: mari.dagostino@unipa.it - telefono: 0912389202

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso mira a fornire agli studenti un panorama dei principali approcci teorici e degli ambiti di indagine privilegiati dalla ricerca sociolinguistica a partire dalla relazione lingua/società, prospettando approcci interdisciplinari e comparativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso mira a fornire strumenti teorico-metodologici che possano essere utilizzati sia nell'analisi e nella descrizione della realtà sociolinguistica sia nella riscrittura funzionale di testi pubblici.

Autonomia di giudizio

Il corso mira a rendere gli allievi capaci di individuare i punti di vista implicati nella realtà osservata,

a individuarne le modalità di rappresentazione e a valutarne le implicazioni sociolinguistiche.

Abilità comunicative

Il corso mira a dotare gli allievi della capacità di analizzare e riscrivere in maniera funzionale i testi pubblici.

Capacità di apprendimento

Il corso mira a sviluppare negli allievi la capacità di mettere a fuoco i diversi piani di cui si compone la realtà sociolinguistica al fine di svilupparne una lettura complessa e articolata attingendo alla prospettiva linguistica.

Obiettivi formativi

Linguistica italiana

Titolo del corso: *Sociolinguistica dell'Italia contemporanea.*

Il corso mira a informare gli studenti sul quadro teorico e epistemologico della disciplina, sul suo specifico punto di vista e sul suo metodo al fine di evidenziare l'apporto conoscitivo che la sociolinguistica può offrire a una comprensione dei processi sociali. Particolare attenzione verrà posta alla capacità degli studenti di analizzare criticamente la nozione di diritti linguistici e di abusi linguistici facendo riferimento all'Italia contemporanea.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 3 Dinamiche linguistiche e dinamiche sociali
- 3 L'Italia contemporanea: dati e modelli interpretativi
- 3 Italiano e dialetto come lingua prima, lingua seconda, lingua straniera
- 6 Lingue e identità sociale
- 3 Conversare in più lingue fra oralità e nuovi media
- 3 Percezioni e immagini delle lingue
- 3 Percezioni e immagini delle lingue
- 3 Le varietà dell'italiano: alcune proposte di classificazione
- 6 La variazione linguistica. Modelli di analisi e realtà italiana
- 3 I problemi linguistici come problemi sociali
- 3 Progettare una ricerca sul campo
- 3 Diritti linguistici nell'Europa plurilingue
- 9 Il caso italiano: lingua della burocrazia, della politica dei testi scolastici
- 9 Smontare e rimontare: tecniche di riscrittura controllata
- 9 La lingua della televisione

Testi consigliati:

TESTI CONSIGLIATI

A) Sociolinguistica dell'Italia contemporanea

Mari D'Agostino, Sociolinguistica dell'Italia contemporanea, Il Mulino 2007

B) Il multilinguismo e la scrittura controllata

Chiara Amoruso, In parole semplici. La riscrittura funzionale dei testi nella classe plurilingue, Palumbo 2010

Un testo a scelta fra

G. Alfieri e I. Bonomi, Lingua italiana e televisione, Carocci 2012

G.Antonelli, L'italiano nella società della comunicazione, Il Mulino 2007

Marketing

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	04864
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Marketing:</i> Paolo Di Betta (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-P/08
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Marketing: esame scritto
Ricevimento:	Paolo Di Betta: Salvo diversa specificazione i ricevimenti si tengono in Viale delle Scienze - edificio 15 - piano 2°. Guardare fra le NOTIZIE per aggiornamenti. - email: paolo.dibetta@unipa.it - telefono: 091-2389790

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione degli strumenti base relativi alle strategie d'impresa con particolare riguardo alle politiche di marketing. Capacità di utilizzare il linguaggio specifico proprio dell'economia e gestione delle imprese e del marketing in un contesto lavorativo. Lo studente deve essere capace di applicare le conoscenze, avere capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi concernenti tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti interdisciplinari, inclusa la riflessione su temi di strategia commerciale d'impresa e le sue implementazioni operative.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di riconoscere ed organizzare in autonomia le elaborazioni necessarie per valutare le decisioni commerciali strategiche ed operative delle imprese, anche in campo di responsabilità sociale, nonché capacità di formulare giudizi sulla base di informazioni limitate o incomplete.

Lo studente deve mostrare la capacità di integrare alle conoscenze di comunicazione d'impresa all'interno delle più ampie conoscenze delle politiche strategiche ed operative di marketing. Ad un livello superiore, deve essere in grado di riconoscere il dovuto grado di integrazione delle politiche di marketing strategico all'interno della più ampia strategia d'impresa.

Autonomia di giudizio

Essere in grado di valutare le implicazioni e i risultati ragionevolmente prevedibili delle politiche aziendali e dai loro risvolti operativi, sia in ambito competitivo che nel segmento di mercato

d'interesse. Deve essere capace di applicare le conoscenze, avere capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti più ampi, anche interdisciplinari, che si esplicitino in un orientamento saggio nelle scelte in ambito decisionale d'impresa.

Abilità comunicative

Capacità di esporre i risultati dell'analisi strategica ed operativa di marketing condotta dalle imprese, anche ad un pubblico non esperto. Essere in grado di sostenere l'importanza ed evidenziare le ricadute gestionali di alcune politiche ipotizzate dalle imprese, specie per quanto riguarda le scelte di marketing e di responsabilità sociale, che comportano un atteggiamento prudente, cauto e rispettoso riguardo alla complessità dei temi affrontati.

Capacità di apprendimento

Capacità di aggiornamento autonomo ed indipendente con la consultazione di articoli professionali sui temi della strategia, del marketing strategico e della responsabilità sociale. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, sia master di primo livello, sia corsi d'approfondimento, sia seminari specialistici nel marketing.

Obiettivi formativi

Marketing

Titolo del corso: *Marketing*

Il marketing studia i comportamenti delle imprese nelle proprie attività di scambio, pertanto obiettivo del corso è l'analisi del rapporto tra impresa e mercato.

L'attività di marketing richiede l'integrazione di analisi e pratica: la struttura del corso si articola lungo le due direttrici del marketing strategico (lo studio delle caratteristiche principali dell'ambito competitivo) e di quello operativo (la conoscenza degli strumenti operativi tipici delle politiche di mercato, le c.d. leve del marketing mix).

Lo studente deve essere in grado di comprendere le motivazioni sottostanti la politica di marketing delle imprese di cui si occupa e di interpretarne i risvolti operativi.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 3 La funzione di marketing nelle imprese e nelle altre organizzazioni. Specificazioni del marketing. Filosofia del marketing
- 3 Comportamento del consumatore: aspetti sociologici, economici, psicologici
- 3 Consumer marketing
- 3 Business marketing
- 3 Marketing strategico. L'obiettivo del posizionamento: differenziazione e segmentazione
- 3 L'area strategica d'affari e il legame fra strategia d'impresa e strategie di marketing
- 3 Segmentazione del mercato: macro e micro
- 3 Analisi dell'ambiente: la competitività
- 3 Analisi dell'ambiente: l'attrattività
- 3 Piano di marketing
- 3 Sistema informativo di marketing
- 3 Ciclo di vita del prodotto
- 3 Marketing operativo: politica di prodotto

- 3 Sviluppo della marca
- 3 Marketing operativo: politica di prezzo
- 3 Politica di prezzo fra costi e concorrenza
- 3 Marketing operativo: politica di distribuzione
- 3 L'organizzazione di vendita
- 3 Marketing operativo: politica di comunicazione
- 3 Marketing operativo: pubblicità

Testi consigliati:

Jean-Jacques Lambin (2008), Marketing strategico e operativo. Market-Driven Management, McGraw-Hill, 5a ed. (La precedente edizione del testo va bene.) TUTTO.

Marketing delle imprese nell'industria della comunicazione

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	15180
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Marketing delle imprese nell'industria della comunicazione:</i> Paolo Di Betta (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-P/08
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Marketing delle imprese nell'industria della comunicazione: esame scritto
Ricevimento:	Paolo Di Betta: Salvo diversa specificazione i ricevimenti si tengono in Viale delle Scienze - edificio 15 - piano 2°. Guardare fra le NOTIZIE per aggiornamenti. - email: paolo.dibetta@unipa.it - telefono: 091-2389790

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione degli strumenti avanzati relativi alle strategie d'impresa e al loro significato ai fini della direzione. Capacità di utilizzare il linguaggio specifico proprio dell'economia e gestione delle imprese in un contesto che apra alle applicazioni di ricerca nel campo della comunicazione della strategia integrando i temi della massimizzazione del valore con quelli della responsabilità sociale d'impresa. Lo studente deve essere capace di applicare le conoscenze, capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti più ampi (o interdisciplinari), inclusa la riflessione su temi sociali o etici ad essi connessi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di riconoscere ed organizzare in autonomia le elaborazioni necessarie per valutare le decisioni strategiche delle imprese, anche in campo di responsabilità sociale, nonché capacità di formulare giudizi sulla base di informazioni limitate o incomplete.

Lo studente deve mostrare la capacità di integrare le conoscenze e gestire la complessità, includendo la riflessione sulle responsabilità sociali ed etiche collegate all'applicazione delle loro conoscenze e giudizi

Autonomia di giudizio

Essere in grado di valutare le implicazioni e i risultati degli studi e delle analisi presentate in ambito aziendale con riferimento a scelte di tipo strategico, sia in ambito competitivo che corporate. Capace di applicare le conoscenze, e la capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi a tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti più ampi, anche interdisciplinari, che si esplicitino in un orientamento saggio nelle scelte in ambito decisionale d'impresa.

Abilità comunicative

Capacità di esporre i risultati dell'analisi strategica condotta sulle imprese, anche ad un pubblico non esperto. Essere in grado di sostenere l'importanza ed evidenziare le ricadute gestionali di alcune politiche ipotizzate dalle imprese, specie per quanto riguarda le scelte di marketing e di responsabilità sociale, che comportano un atteggiamento prudente, cauto e rispettoso riguardo alla complessità dei temi affrontati.

Capacità di apprendimento

Capacità di aggiornamento autonomo ed indipendente con la consultazione delle pubblicazioni scientifiche proprie della strategia, del marketing strategico e della responsabilità sociale. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, sia master di secondo livello, sia corsi d'approfondimento sia seminari specialistici nel settore della responsabilità sociale d'impresa.

Obiettivi formativi

Marketing delle imprese nell'industria della comunicazione

Titolo del corso: *Marketing delle imprese nell'industria della comunicazione*

Il corso si occupa della direzione e la gestione delle imprese che svolgono attività industriale, commerciale e dei servizi con particolare riguardo alle imprese nei settori dell'industria della comunicazione. Obiettivo è fornire le conoscenze di base sulla vita dell'impresa come sistema che crea e diffonde valore e analizzare i termini in cui si pone la questione della responsabilità sociale.

La struttura del corso si snoda in tre fasi. Innanzitutto è necessario illustrare le principali teorie dell'impresa (come risposta ad un problema informativo o ad un problema cognitivo). Fra le principali teorie sui rapporti fra l'impresa e l'ambiente viene dato particolare risalto ai rapporti con i c.d. stakeholder. La seconda parte del corso è dedicata ai rapporti fra gestione strategica e operativa in una visione integrata delle sue aree funzionali (privilegiando la gestione commerciale e delle operation). La terza parte del corso è finalizzata a comprendere le dinamiche dei settori all'interno dell'industria della comunicazione.

Lo studente deve essere in grado di comprendere le dinamiche dei rapporti fra gli stakeholder d'impresa e i loro conflitti di interesse. Deve essere in grado di capire le difficoltà insite nel controllo sulla gestione e destinazione delle risorse d'impresa.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|---|--|
| 3 | L'economia di mercato: lineamenti |
| 3 | Le imprese e la creazione di valore. Tipologie di aziende e l'impresa |
| 3 | Settori e funzioni nell'economia d'impresa |
| 3 | Le principali funzioni nell'impresa: obiettivi e problemi di coordinamento |
| 3 | Le teorie d'impresa: modelli |
| 3 | Le teorie d'impresa e gli obiettivi d'impresa |
| 3 | La stakeholder theory e la responsabilità sociale |
| 3 | L'impresa come sistema. L'ambiente percepito e l'ambiente competitivo |

- 3 L'approccio risorse-competenze. Risorse tangibili e intangibili. Competenze
- 3 La pianificazione strategica. La formulazione e la formazione delle strategie
- 3 Analisi del settore. I settori dell'industria della comunicazione
- 3 Le funzioni d'impresa: Produzione, Finanza
- 2 Le funzioni d'impresa: Marketing
- 2 Le funzioni d'impresa: Logistica

Testi consigliati:

1. S. Pivato, F. Perrini, N. Misani, A. Ordanini. Economia e gestione delle imprese, EGEA Milano, nuova edizione 2004. Il libro è da studiare tutto, eccetto la Parte Terza, che riguarda la corporate governance e che non è argomento del corso.
2. Fondazione Rosselli. Istituto Economia dei Media (2011). L'industria delle comunicazioni in Italia. XXIII Rapporto IEM, pp. 1-176. (Vedere la mia pagina del sito.)

Metodologia della ricerca sociale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	05120
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Metodologia della ricerca sociale:</i> Alberto Trobia (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/07
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Metodologia della ricerca sociale: esame orale
Ricevimento:	Alberto Trobia: Date e orari di ricevimento vengono comunicati nella sezione NOTIZIE della pagina personale del docente - email: alberto.trobia@poste.it - telefono: 347-6105117

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza dei paradigmi, degli approcci, del metodo e delle tecniche di rilevazione e analisi dei dati nella ricerca sociale

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Essere in grado di progettare una ricerca empirica nell'ambito delle scienze sociali e di prendere tutte le decisioni critiche richieste: scelta del tipo di ricerca, operativizzazione dei concetti, scelta delle unità di analisi, costruzione del campione e degli strumenti di rilevazione

Essere in grado di scegliere gli approcci e le tecniche più adeguate di rilevazione e analisi dei dati rispetto a un determinato obiettivo conoscitivo

Autonomia di giudizio

Essere in grado di interpretare e commentare i risultati prodotti dall'analisi dei dati

Abilità comunicative

Essere in grado di redigere un report di ricerca

Capacità di apprendimento

Essere in grado di comprendere le strategie metodologiche impiegate in gran parte della letteratura sociologica

Capacità di leggere criticamente un report di ricerca sociale e le scelte metodologiche ivi riportate

Capacità di seguire corsi avanzati di metodologia e tecniche della ricerca sociale

Obiettivi formativi

Metodologia della ricerca sociale

Il corso intende introdurre gli studenti alle principali tecniche di raccolta e analisi dei dati nella ricerca sociale, all'insegna di un approccio quali-quantitativo ed attraverso numerosi esempi concreti. Esso si articola in due itinerari complementari di 3 CFU (20 ore) ciascuno: (I) Fondamenti e (II) Strumenti d'analisi.

La parte monografica, infine, è dedicata alla social network analysis.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

2	Conoscenza scientifica e conoscenza sociologica: i paradigmi della ricerca
3	Qualità e quantità - Micro e macro - Diacronico e sincronico
3	Tipi di ricerca - Fasi della ricerca
5	Tecniche di rilevazione
3	Il campionamento: teoria e pratica
2	La "buona" ricerca sociale: validità, attendibilità, triangolazione
0	L'analisi computer-assistita
0	L'analisi delle interviste strutturate
5	Il focus group e l'analisi di rete
5	Analizzare la stampa (analisi del contenuto etnografica e ACL)
4	Il fenomeno della tossicodipendenza da eroina in una società artificiale
3	L'analisi di rete come prospettiva teorica
6	I concetti, gli strumenti e le misure fondamentali dell'analisi di rete
5	Reti complesse
6	Applicazioni non-standard dell'analisi di rete: i social networks, l'analisi dei testi, i multiple-response items

Testi consigliati:

Trobia A., Elementi di metodologia e tecniche della ricerca sociale, Aracne, Roma, 2010

Trobia A., La ricerca sociale quali-quantitativa, Franco Angeli, Milano, 2005 (escluso il cap. 4)

Trobia A., Milia V., Social network analysis. Approcci, tecniche e nuove applicazioni, Carocci, Roma, 2011

Organizzazione aziendale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	89616
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Organizzazione aziendale:</i> Raimondo Ingrassia (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-P/10
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Organizzazione aziendale: esame orale
Ricevimento:	Raimondo Ingrassia: Edificio 15 - 2° piano - studio stanza n. 207 - Viale delle Scienze Telefono della Segreteria didattica (Dr. Salvatore Squillaci) Lunedì dalle ore 15 alle ore 17 - email: raimondo.ingrassia@unipa.it - telefono: 09123898126

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione di saperi relativi ai più importanti fenomeni organizzativi aziendali contemporanei, alle dinamiche del lavoro organizzato e alle modalità di funzionamento delle amministrazioni pubbliche con riferimento all'ordinamento giuridico esistente.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di analizzare casi di studio e di esercitare il problem-solving sulle tematiche apprese di cui al punto precedente.

Autonomia di giudizio

Essere in grado di valutare e interpretare i fenomeni organizzativi aziendali, le dinamiche del lavoro organizzato, il funzionamento delle amministrazioni pubbliche e le possibili ricadute sul mondo del lavoro e sull'esercizio delle professioni.

Abilità comunicative

Capacità di utilizzare il linguaggio specifico proprio di queste discipline e di trasmettere temi e contenuti specifici a un pubblico esperto.

Capacità di apprendimento

Capacità di aggiornamento personale anche mediante consultazione di pubblicazioni scientifiche proprie del campo degli studi organizzativi. Capacità di affrontare studi superiori come corsi di laurea magistrale, master universitari di I e II livello, seminari specialistici, corsi di specializzazione nelle materie oggetto del presente insegnamento.

Obiettivi formativi

Organizzazione aziendale

Titolo del corso: ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Obiettivo del corso è fornire agli studenti gli strumenti conoscitivi fondamentali per comprendere le logiche e i problemi di funzionamento interno ed esterno delle organizzazioni pubbliche e private, i criteri di specializzazione e coordinamento delle attività di lavoro individuali e in forma aggregata, le caratteristiche delle principali tipologie aziendali, l'impatto delle tecnologie della informazione e della comunicazione sulle organizzazioni, i processi decisionali manageriali e le logiche di potere interno. Particolare attenzione viene dedicata allo studio del sistema di organizzazione e comunicazione dell'azione delle amministrazioni pubbliche in Italia.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

2	Il fenomeno organizzativo e i contenuti di una disciplina
2	Il concetto di efficacia delle organizzazioni
5	L'ambiente e le organizzazioni Le relazioni interorganizzative
4	Gli schemi organizzativi fondamentali
2	Caratteristiche dell'azienda industriale Caratteristiche dell'azienda di servizi
4	La progettazione organizzativa secondo i modelli di Perrow e Thompson
3	Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e il loro impatto sull'organizzazione aziendale e Il Knowledge Management
2	Dimensione, ciclo di vita e declino delle organizzazioni
3	I processi decisionali all'interno delle organizzazioni
3	Conflitto, potere e politica nelle organizzazioni
10	Organizzazione e comunicazione dell'azione amministrativa: le norme sul procedimento e la comunicazione pubblica in una prospettiva organizzativa

Testi consigliati:

Daft R., L. (2007), *Organizzazione Aziendale*, Apogeo, Milano (3^a ed.).

Ingrassia R. (2007), *Organizzazione e comunicazione dell'azione amministrativa*, Franco Angeli, Milano.

Semiotica

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06412
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Semiotica:</i> Dario Mangano (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	M-FIL/05
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Semiotica: esame orale
Ricevimento:	Dario Mangano: mercoledì, 10.30 - 13.30 - email: dario.mangano@unipa.it - telefono: 09123896305

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscere e saper esporre criticamente le principali problematiche legate al dibattito in corso nelle scienze umane a proposito delle teorie inerenti il funzionamento dei processi di costruzione del senso. In particolare saranno trattati: i fondamenti della semiotica strutturale (dal segno ai linguaggi, dal codice al testo) e della sociosemiotica (discorsività, traduzione fra linguaggi e fra media).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi (dal giornalismo, alla comunicazione pubblicitaria, dalle organizzazioni spaziali alla visualità). Saranno inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di sviluppare nuovi prodotti di comunicazione avendo ben presenti gli aspetti strategici che li caratterizzano.

Autonomia di giudizio

Riconoscere, comprendere e controllare i meccanismi di produzione del senso legati ad un ampio numero di forme di testualità.

Abilità comunicative

Capacità di illustrare con proprietà di linguaggio e precisione scientifica le problematiche relative agli aspetti semiotici della comunicazione in diversi ambiti anche ad un pubblico di non esperti.

Capacità di apprendimento

Capacità di aggiornarsi orientandosi all'interno del panorama delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, master di secondo

livello, corsi d'approfondimento e seminari specialistici nel settore della comunicazione.

Obiettivi formativi

Semiotica

Titolo del corso: *Dal significato al senso. Teorie, metodi e applicazioni della semiotica generativa.*

Il corso offrirà una panoramica dei principali modelli e categorie d'analisi semiotica utili per la spiegazione e la comprensione di diversi fenomeni di comunicazione con particolare riferimento alla comunicazione giornalistica, a quella di marca e al design. In particolare, riguardo alla prima, verrà proposto un approccio semiotico a questioni fondamentali quali: effetto di realtà e obiettività intesi come effetti di senso; ruoli comunicativi e loro meccanismi di generazione, costruzioni di soggetti virtuali della comunicazione (opinione pubblica) etc. Per quanto concerne la seconda, partendo dalla idea della marca come forma discorsiva, si mostrerà (i) la molteplicità di manifestazioni testuali che tale discorso può assumere, (ii) la base narrativa unitaria sottostante a questo stesso discorso, (iii) le modalità narrative di presentazione e gestione del discorso di marca. Attraverso l'applicazione al design, infine, si porterà avanti una riflessione sui processi semiotici che sono implicati nell'interazione con gli oggetti quotidiani mostrando come la semiotica possa essere utilizzata come uno strumento chiave per una progettazione strategica.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|--|
| 1 | Obiettivi della disciplina e sua suddivisione. |
| 19 | Fondamenti di semiotica
Dalla linguistica strutturale alla semiotica generativa (Saussure, Hjelmslev, Propp, Lévi-Strauss, Barthes, Greimas...): langue/parole; valore linguistico: sintagma e paradigma; espressione/contenuto, forma/sostanza; significazione/senso; somiglianza/differenze fra linguaggi; dal segno al testo; quadrato semiotico; narrazione/narratività; discorso/enunciazione; tematico/figurativo; ragioni/passioni; visualità/estesia. |
| 10 | Basi di sociosemiotica
Differenze e contaminazioni fra discorsi sociali: moda, televisione, giornalismo, pubblicità, politica, spazialità. Competenze metodologiche per orientarsi nella comprensione e nell'analisi della significazione sociale. |
| 10 | Strategie della comunicazione giornalistica
Effetto di realtà e obiettività intesi come effetti di senso; ruoli comunicativi e loro meccanismi di generazione; costruzione strategica di soggetti virtuali (opinione pubblica). Strutturazione del quotidiano e suo valore semiotico. |
| 10 | La questione della marca
Marca moderna e postmoderna. Dal mondo possibile al discorso di marca. Percorso definitorio della marca. Livelli d'analisi della marca: tematico, narrativo, discorsivo, testuale. L'identità estetica. L'estesia. |
| 10 | La semiotica come strumento progettuale: verso una semiotica del design
Basi di analisi semiotica degli artefatti. Strategie progettuali e comunicative. Generi progettuali e strategie. La traduzione intersemiotica. |

Testi consigliati:

- G. Marrone, Introduzione alla semiotica del testo, Laterza
- G. Marrone, Corpi sociali, Einaudi

- G. Marrone, Addio alla natura, Einaudi
- J. M. Floch, Semiotica, marketing e comunicazione, Franco Angeli
- D. Mangano, Semiotica e design, Carocci
- G. Marrone, Dispense su Saussure e Hjelmslev scaricabili dalla pagina del docente (sezione "Documenti")

Sociologia dei nuovi media + Sociologia della comunicazione

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	15179
Articolazione in moduli:	sì
Numero di moduli:	2
Docenti:	<i>Sociologia dei nuovi media:</i> Gianna Cappello (Ricercatore) <i>Sociologia della comunicazione:</i> Gianna Cappello (Ricercatore)
Settori scientifici disciplinari:	SPS/07 SPS/07
Cfu:	12
Ore riservate allo studio personale:	220
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	80
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	<i>Sociologia dei nuovi media:</i> Lezioni frontali con l'ausilio di supporti multimediali. Discussione di gruppo relativa a studi di caso trattati in aula. <i>Sociologia della comunicazione:</i> Lezioni frontali con l'ausilio di supporti multimediali. Discussione di gruppo relativa a studi di caso trattati in aula.
Frequenza:	<i>Sociologia dei nuovi media:</i> Consigliata <i>Sociologia della comunicazione:</i> Consigliata
Metodi di valutazione:	<i>Sociologia dei nuovi media:</i> esame scritto <i>Sociologia della comunicazione:</i> esame scritto
Ricevimento:	Gianna Cappello: Il ricevimento si tiene tutti i giovedì dalle 11.30 alle 13.30. - email: gianna.cappello@unipa.it - telefono: 3382196878 Gianna Cappello: Il ricevimento si tiene tutti i giovedì dalle 11.30 alle 13.30. - email: gianna.cappello@unipa.it - telefono: 3382196878

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Sociologia dei nuovi media: Durante il corso lo studente acquisirà conoscenza dei principali concetti teorici della sociologia dei nuovi media, propedeutici alla comprensione e ad una lettura consapevole e critica dei fenomeni di produzione, distribuzione e ricezione della cultura nel campo delle nuove tecnologie info-telematiche.

Sociologia della comunicazione: Durante il corso lo studente acquisirà conoscenza dei principali concetti teorici della sociologia della comunicazione, propedeutici alla comprensione e ad una lettura consapevole e critica dei fenomeni legati ai processi comunicativi nella società

contemporanea, con particolare riferimento al rapporto tra media, minori e processi educativi, e all'evoluzione del mezzo televisivo nell'epoca della convergenza multimediale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sociologia dei nuovi media: Lo studente applicherà le conoscenze teoriche acquisite nella prima parte del corso alla "lettura" dei processi di produzione, distribuzione e ricezione della cultura, confrontandosi, in particolare, con lo studio di odierni fenomeni culturali "mediati" dagli attori dell'industria dei nuovi media, che lo studente, in prima persona, sperimenta nella sua esperienza di vita quotidiana. Attraverso tali applicazioni, lo studente irrobustirà la propria capacità di adattare ciò che ha appreso all'analisi di contesti simili.

Sociologia della comunicazione: Lo studente applicherà le conoscenze teoriche acquisite nella prima parte del corso alla "lettura" dei processi di comunicazione (mediata e non) nella società contemporanea confrontandosi, in particolare, con lo studio di quei fenomeni culturali "mediati" che lo studente, in prima persona, sperimenta nella sua esperienza di vita quotidiana. Attraverso tali applicazioni, lo studente irrobustirà la propria capacità di adattare ciò che ha appreso all'analisi di contesti simili.

Autonomia di giudizio

Sociologia dei nuovi media: Attraverso l'illustrazione di alcuni casi di studio lo studente sarà chiamato a confrontarsi con alcune tematiche odierne relative alla costruzione della cultura attraverso i nuovi media, potenziando in tal modo la sua capacità di interpretazione autonoma del ruolo che i nuovi media e l'industria dei prodotti e servizi digitali hanno assunto e assumeranno nell'ambito nei processi di elaborazione e diffusione delle informazioni a livello globale.

Sociologia della comunicazione: Attraverso l'illustrazione di alcuni casi di studio lo studente sarà chiamato a confrontarsi con alcune tematiche odierne relative alla costruzione della cultura attraverso i processi di comunicazione (in particolare la comunicazione mediata), potenziando in tal modo la sua capacità di interpretazione autonoma del ruolo che i media e la comunicazione hanno assunto e assumeranno nell'ambito nei processi di elaborazione e diffusione delle informazioni e delle culture a livello globale, e in particolare nel rapporto tra media, minori e processi educativi, e nell'evoluzione del mezzo televisivo in epoca della convergenza multimediale.

Abilità comunicative

Sociologia dei nuovi media: Durante il corso lo studente acquisirà padronanza del lessico specifico, in particolare con riferimento all'ambito delle teorie sociologiche che hanno trattato i fenomeni legati ai nuovi media. L'acquisizione di un linguaggio specifico, quale richiesto dall'insegnamento, affiancato da dibattiti in aula su questioni attuali, irrobustirà le capacità comunicative dello studente, preparandolo anche a svolgere - dopo la laurea - attività di ricerca e consulenza nell'ambito della comunicazione mediata dal computer a contatto con operatori pubblici e privati e ad inserirsi in qualità di esperto di nuovi media presso istituzioni politiche, amministrative, museali, sanitarie, scolastiche che ne richiedano la presenza.

Sociologia della comunicazione: Durante il corso lo studente acquisirà padronanza del lessico specifico, in particolare con riferimento all'ambito delle teorie sociologiche che hanno trattato i fenomeni legati alla comunicazione e ai media. L'acquisizione di un linguaggio specifico, quale richiesto dall'insegnamento, affiancato da dibattiti in aula su questioni attuali, irrobustirà le capacità comunicative dello studente, preparandolo anche a svolgere - dopo la laurea - attività di ricerca e consulenza nell'ambito della comunicazione (mediata e non) a contatto con operatori pubblici e privati e ad inserirsi in qualità di esperto di nuovi media presso istituzioni politiche, amministrative, museali, sanitarie, scolastiche che ne richiedano la presenza.

Capacità di apprendimento

Sociologia dei nuovi media: Il corso tende a sviluppare nello studente consapevolezza e capacità di apprendimento delle problematiche connesse alla produzione, distribuzione e ricezione della cultura come fenomeni socialmente costruiti e "mediati" per il tramite delle nuove tecnologie info-telematiche, in tal modo irrobustendo la capacità dello studente di affrontare simili questioni nel suo futuro percorso di studio e lavoro.

Sociologia della comunicazione: Il corso tende a sviluppare nello studente consapevolezza e capacità di apprendimento delle problematiche ai processi di comunicazione (mediata e non) nella società contemporanea.

Obiettivi formativi

Sociologia dei nuovi media

Titolo del corso: *Sociologia dei nuovi media*

Obiettivo principale del corso è studiare la relazione tra innovazione tecnologica, comunicazione e società articolando il discorso in maniera da tenere conto della co-determinazione tra tre differenti dimensioni: artefatti, pratiche e istituzioni sociali. I "new media studies" sono oggi una realtà abbastanza matura in grado di spiegare - pur in un costante processo di metamorfosi - quanto i linguaggi dell'interattività e del digitale, le forme della connessione e dell'ubiquità, i collettivi intelligenti, le forme partecipative e dal basso sorte attorno a blog e social networks, siano oggi le nuove forme da osservare, i nuovi paradigmi cui riferirsi, strumenti e prodotti della cresciuta complessità tecno-sociale.

Il corso prevede anche una focalizzazione tematica nei "videomondi" del gioco elettronico: ambienti ludici, ma non solo. Luoghi identitari, spazi di sperimentazione del sè, dei propri limiti; soglie da cui osservare il configurarsi dell'immaginario e del sociale.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 2 Le questioni fondamentali
- 2 Seminario su "Internet e minori. Una ricerca europea"
- 2 Le questioni fondamentali
- 2 Vissuti interpersonali online
- 2 Vissuti interpersonali online
- 2 Fare comunità con i media: prospettive storiche, teoriche e di ricerca
- 2 Cenni sulla storia dei new media
- 2 Tipologie di interattività e tradizioni di ricerca
- 2 Diffusione delle innovazioni e modellamento sociale della tecnologia
- 2 Potere e cultura politica nel cyberspazio
- 2 La globalizzazione e la struttura delle nuove industrie mediatiche
- 2 La regolamentazione dei contenuti digitali
- 2 La società dell'informazione rivisitata
- 2 Forme e linguaggi dei videomondi
- 2 Videogiochi e sistemi sociali: prospettive di ricerca fra tempo, spazio e comunicazione
- 2 Identità tra interattività e interazione
- 2 Il determinismo ludico. I videogiochi nell'analisi sociologica
- 2 Reload... la percezione della morte nel videogioco
- 2 Dal joystick allo scratch: come i videogiochi hanno rivoluzionato la musica elettronica
- 2 Mobile gaming: una realtà sempre più diffusa

Testi consigliati:

Dispensa "Comunicazione e società. Le questioni fondamentali" (da scaricare dal sito della docente)
Leah A. Liewrouw & Sonia Livingstone (a cura di) (2006), *Capire i new media. Culture, comunicazione, innovazione tecnologica e istituzioni sociali*, Hoepli, (esclusi i capitoli 4,5,6,9)
Giovanni Boccia Artieri & Alessio Ceccherelli (a cura di) (2008), *Videomondi*, Liguori

Obiettivi formativi

Sociologia della comunicazione

Titolo del corso: *Sociologia della comunicazione*

A partire da quanto svolto nell'altra parte del modulo (Sociologia dei nuovi media), il corso prosegue approfondendo due ambiti tematici particolari:

1. l'evoluzione del mezzo televisivo, tra esperienze empiriche ed elaborazione teorica
2. il rapporto tra media e minori visto entro una dimensione educativa

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 4 L'età della televisione. Vedere lontano, andare lontano
- 4 Teorie del medium. Flusso, occhiata, sguardo
- 4 Cerimonie televisive. La duplice incoronazione di Madre Teresa di Calcutta
- 4 La "rivoluzione digitale". Altri modi di vedere la televisione
- 4 Raccontare storie. Le realtà multiple della fiction televisiva
- 4 Fermare il tempo. "Strategie di vita" nelle formule seriali televisive
- 4 Il paradigma dell'indigenizzazione. Oltre il "media imperialism"
- 4 Narrative in viaggio. Flussi televisivi internazionali: da minaccia a risorsa
- 4 Media e vita quotidiana
- 4 Crescere nella società in rete
- 4 I media nell'educazione. Il contributo della Media Education
- 4 Cenni su una ricerca empirica nelle scuole palermitane

Testi consigliati:

- 1) Dispensa "Comunicazione e società. Le questioni fondamentali" (scaricabile dalla pagina della docente)
- 2) Gianna Cappello (2009), *Nascosti nella luce. Media, minori e media education*, Franco Angeli (escluso capitolo 3)
- 3) Milly Buonanno (2006), *L'età della televisione. Esperienze e teorie*, Laterza

Sociologia dei processi culturali

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06536
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Sociologia dei processi culturali:</i> Giovanni Frazzica (Professore a contratto)
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Sociologia dei processi culturali: esame orale
Ricevimento:	Giovanni Frazzica: Inviare un'email per concordare un appuntamento In ogni caso il ricevimento si terrà il martedì dalle 18,00 alle 19,00 presso il Dipartimento di studi su politica, diritto e società "G. Mosca", Piazza Bologni 8, Palermo. - email: giovanni.frazzica@unipa.it - telefono: 3496408507

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisire conoscenza e competenza circa i processi culturali innescati dalla pervasiva presenza dei media nella società contemporanea.

Acquisire conoscenza e competenza circa il concetto di "significato culturale" e la definizione di cultura come "creazione sociale"; circa le dinamiche di produzione, distribuzione e ricezione della cultura. In chiave monografica, acquisire conoscenza e comprensione delle problematiche legate al rapporto tra media, minori e processi educativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare conoscenza e comprensione, attraverso la riflessione su casi di studio specifici, il corso mira a sviluppare capacità di conoscenza e comprensione applicate.

Autonomia di giudizio

Capacità di elaborare giudizi autonomi sia rispetto alle tematiche generali trattate, sia rispetto alla ricaduta delle conoscenze apprese nella professione di comunicatore

Abilità comunicative

Lo studente acquisirà la capacità a rapportarsi con altre figure professionali sui temi della disciplina. Acquisirà adeguate capacità di presentare dati sperimentali e bibliografici e di trasmettere e

divulgare l'informazione sui temi trattati. Acquisirà capacità di esprimere giudizi e opinioni personali durante le discussioni in aula e di confrontarsi con i colleghi e con il docente attraverso argomentazioni ragionate e un linguaggio appropriato.

Capacità di apprendimento

Lo studente avrà appreso le nozioni fondamentali che gli consentiranno la loro successiva applicazione nel campo professionale. Acquisirà la capacità di consultare banche dati e riviste specialistiche, apprendere tecniche innovative e strumenti conoscitivi avanzati per l'aggiornamento continuo delle conoscenze.

Obiettivi formativi

Sociologia dei processi culturali

Titolo del corso: *Sociologia dei Processi Culturali*

Acquisire conoscenza e competenza circa i processi culturali innescati dalla pervasiva presenza della cultura nella società contemporanea. Acquisire conoscenza e competenza circa il concetto di "significato culturale" e la definizione di cultura come "creazione sociale"; circa le dinamiche di produzione, distribuzione e ricezione della cultura. In chiave monografica, acquisire conoscenza e comprensione delle problematiche legate al rapporto tra media, minori e processi educativi.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

8	Il concetto di cultura
4	Il diamante culturale
4	Il significato culturale
4	La cultura come creazione sociale
6	Produzione, distribuzione e ricezione della cultura
6	La costruzione culturale dei problemi sociali
6	Cultura e organizzazioni
4	La cultura in un mondo connesso
6	Le rappresentazioni sociali
6	L'associazionismo culturale
6	Riepilogo del programma

Testi consigliati:

Wendy Griswold (2004), *Sociologia della cultura*, il Mulino, Bologna
Notari Gianni (a cura di) (2010), *Cultura in svendita*, FrancoAngeli, Milano.

Sociologia dell'amministrazione

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13426
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Sociologia dell'amministrazione:</i> Gianfranco Badami (Professore a contratto)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/11
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Il corso si svolgerà con lezioni frontali e sono previste esercitazioni per lo studio di alcuni casi specifici presso osservatori privilegiati.
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Sociologia dell'amministrazione: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Gianfranco Badami: GLI STUDENTI POTRANNO CONCORDARE IL RICEVIMENTO VIA E-MAIL - email: gbadami@regione.sicilia.it - telefono: 091 7078517 -466

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente dovrà possedere una buona conoscenza degli argomenti trattati durante il corso ed essere in grado di utilizzare consapevolmente gli strumenti acquisiti. In particolare si apprenderanno gli elementi costitutivi dell'azione di policy: attori, interazioni, strumenti, regole e stili decisionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso fornisce gli strumenti per poter interpretare i processi che regolano il ciclo di vita delle politiche pubbliche e i processi attraverso cui si allocano quotidianamente spettanze, così come risorse monetarie e simboliche.

Autonomia di giudizio

Lo studente acquisirà conoscenze di metodo e di contenuto culturale, scientifico e professionale per la comprensione, politico-istituzionale, organizzativa delle amministrazioni pubbliche, nonché le conoscenze metodologiche e culturali multidisciplinari idonee per interpretare efficacemente il cambiamento e l'innovazione organizzativa nelle amministrazioni pubbliche

Abilità comunicative

Lo studente sarà in grado di assistere le istituzioni pubbliche, le organizzazioni private d'impresa e di servizi e quelle del terzo settore nelle attività di progettazione ed implementazione di iniziative finalizzate a promuovere lo sviluppo economico, sociale e civile delle comunità e sarà capace di implementare specifiche politiche pubbliche

Capacità di apprendimento

Il percorso prevede una solida formazione analitico-metodologica che permetterà agli studenti di gestire le basi conoscitive delle politiche pubbliche ai fini di comprenderne la sintassi e la grammatica del processo che governa tutto il ciclo di vita delle politiche pubbliche

Obiettivi formativi *Sociologia dell'amministrazione*

Titolo del corso: *Corso di Sociologia dell'Amministrazione*

Il corso ha l'obiettivo di far capire come i poteri pubblici affrontano e (talora) risolvono i problemi collettivi e di offrire gli strumenti concettuali per studiare le politiche pubbliche, sia per comprendere come funziona lo "stato in azione", sia per capire come è possibile migliorare gli interventi pubblici. Quest'ultimo aspetto costituisce il bagaglio professionale dell'"analista delle politiche pubbliche", ossia di colui che assiste le amministrazioni (dall'interno o dall'esterno) nella formulazione, nell'attuazione e nella valutazione delle politiche pubbliche.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

- 40
1. Che cos'è una politica pubblica.
 2. I problemi e la formazione dell'agenda.
 3. Dai problemi alle soluzioni.
 4. Gli attori.
 5. L'attuazione
 6. La valutazione
 7. Come cambiano le politiche pubbliche

Testi consigliati:

per i frequentanti:

Obbligatorio:

- M. Howlett, M. Ramesh, Come studiare le politiche pubbliche, Bologna, Il Mulino, 2003.

Consigliato:

A. LA SPINA, E. ESPA, Analisi e valutazione delle politiche pubbliche, Bologna, Il Mulino, 2011.
(Parte prima)

per i non frequentanti:

- M. Howlett, M. Ramesh, Come studiare le politiche pubbliche, Bologna, Il Mulino, 2003.

- G. CAPANO, E. GUALMINI (a cura di), Le pubbliche amministrazioni in Italia, Bologna, Il Mulino, 2011. (cap. I - III - VI)

- A. LA SPINA, E. ESPA, Analisi e valutazione delle politiche pubbliche, Bologna, Il Mulino, 2011.
(Parte prima)

Sociologia della comunicazione ambientale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13463
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Sociologia della comunicazione ambientale:</i> Aurelio Angelini (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/10
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali, esercitazioni, laboratori e visite sul campo
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Sociologia della comunicazione ambientale: esame orale
Ricevimento:	Aurelio Angelini: lunedì dalle 10,00 alle 14,00 - Edificio 15 viale delle Scienze Piano 3. - email: aurelio.angelini@unipa.it - telefono: +339 09123897004

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza dei principi teorici della sociologia del territorio nelle sue diverse implicazioni e nei vari campi di applicazione. Capacità di esprimersi con linguaggio e termini propri della disciplina. Comprensione delle interconnessioni complesse che strutturano la relazione uomo-ambiente nei diversi contesti geografici (rurale, ambientale, metropolitano).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare le conoscenze teoriche acquisite in interventi socio territoriali. Capacità di raccogliere ed analizzare dati per l'acquisizione di elementi base funzionali alla progettazione socio territoriale integrata. Capacità di scegliere ed elaborare indicatori e descrittori adeguati per lo studio dei processi socio territoriali e per la progettazione integrata territoriale.

Autonomia di giudizio

Capacità di lettura critica dei testi della disciplina. Capacità di analisi dei complessi contesti socio territoriali. Capacità di identificazione delle metodologie appropriate di studio e ricerca in relazione ai diversi contesti d'applicazione. Capacità di discernere i fattori funzionali dei processi in studio e di identificare indicatori e descrittori appropriati. Capacità di lettura critica dei risultati di studi, ricerche e progetti.

Abilità comunicative

Capacità di espressione linguistica razionale che tenga conto della terminologia della disciplina. Capacità di esprimere chiaramente, anche ad un pubblico non specializzato i punti di forza e gli elementi di debolezza, così come le opportunità e le minacce relative ad un processo in studio. Capacità di evidenziare e comunicare l'importanza del mantenimento dei complessi e dinamici equilibri naturali per il miglioramento qualitativo, etico, culturale ed economico della qualità della vita.

Capacità di apprendimento

Comprensione delle leve primarie dei processi d'apprendimento. Comprensione dell'importanza dell'osservazione sul campo e dell'esperienza diretta dei processi in studio. Comprensione dell'importanza ed attualità del longlife learning. Motivazione e preparazione per ulteriori corsi di perfezionamento e master volti all'approfondimento della conoscenza della disciplina.

Obiettivi formativi

Sociologia della comunicazione ambientale

L'obiettivo dell'insegnamento consiste nel far conoscere i fondamenti della sociologia del territorio, fornendo gli strumenti di analisi adeguati allo studio dei processi sociali in contesti territoriali definiti e nel più ampio contesto della relazione tra uomo e ambiente a livello globale.

Verranno trattati i temi dello sviluppo sostenibile locale e della sostenibilità economica e sociale. Nello specifico verranno esposti i processi di cambiamento in atto in relazione alla gestione dei beni comuni (acqua, energia, rifiuti, risorse minerarie, biodiversità, suoli), della partecipazione democratica, dei diritti umani e della qualità della vita.

Verranno inoltre forniti, mediante l'analisi di alcuni casi studio, gli strumenti metodologici e critici necessari alla progettazione di piani di comunicazione su tematiche ambientali e di piani di interpretazione ambientale per le aree protette.

Sostenibilità dello sviluppo: l'evoluzione storica del pensiero della sostenibilità.

Energia e cambiamenti climatici

La gestione integrata dei rifiuti

Indicatori e strumenti per la sostenibilità, Agenda 21 locale

Valorizzazione, salvaguardia e pianificazione territoriale. Casi di studio: Piano di gestione del sito Unesco "Isole Eolie", l'area marina protetta di Ustica, il ponte sullo stretto di Messina.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|---|---|
| 2 | Presentazione del corso e della sua articolazione |
| 3 | Evoluzione storico antropologica del rapporto uomo natura: aspetti endosomatici ed esosomatici dell'evoluzione umana |
| 4 | Impatto antropico e stato del pianeta (popolazione, risorse minerarie, acqua, biodiversità, salute, istruzione e distribuzione della ricchezza) |
| 4 | Teoria generale dei sistemi e pensiero della complessità |
| 4 | I servizi degli ecosistemi e il loro funzionamento |
| 5 | Sostenibilità dello sviluppo: l'evoluzione storica del pensiero della sostenibilità. |
| 4 | Energia e cambiamenti climatici |
| 4 | La gestione integrata dei rifiuti |
| 4 | Indicatori e strumenti per la sostenibilità, Agenda 21 locale |
| 2 | Salvaguardia e pianificazione territoriale. Casi di studio: Piano di gestione del sito Unesco "Isole Eolie", l'area marina protetta di Ustica, il ponte sullo stretto di Messina. |

- 2 Interpretazione ambientale: teorie e esperienze dal mondo, i PIA Italiani, i PIA Siciliani
- 2 Educazione allo sviluppo sostenibile

Testi consigliati:

1. Angelini A., Pizzuto P., Manuale di ecologia, sostenibilità ed educazione ambientale, Franco Angeli, Milano, 2007.
2. Angelini A., Il mitico ponte sullo stretto di Messina. Da Lucio Cecilio Metello ai nostri giorni, ed. Franco Angeli, 2011.

Sociologia generale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06578
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Sociologia generale:</i> Anna Fici (Professore associato) <i>Sociologia generale:</i> Anna Fici (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/07
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	1
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezione frontale con l'ausilio di risorse multimediali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Sociologia generale: esame orale Sociologia generale:
Ricevimento:	Anna Fici: Lunedì ore 10.00 - 12.30, Stanza Fici-Lo Verde-Pepe, 2° piano - email: annafici@unipa.it - telefono: 3388084040 Anna Fici: Lunedì ore 10.00 - 12.30, Stanza Fici-Lo Verde-Pepe, 2° piano - email: annafici@unipa.it - telefono: 3388084040

Obiettivi formativi

Sociologia generale

Titolo del corso: *Sociologia generale*

Il corso si propone di offrire quei saperi di base di ambito sociologico che risulteranno fondamentali per il prosieguo degli studi nei curricula di Scienze della Comunicazione. In particolare, ci si aspetta che gli studenti colgano il modo in cui la Sociologia, nell'ambito della sua storia, ha costruito e continua a costruire le proprie domande conoscitive e i propri metodi.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|--|
| 12 | Le origini del ragionamento sociologico. Il contesto culturale dell'illuminismo e del positivismo |
| 12 | I classici. L'impostazione del ragionamento sociologico in autori quali Weber, Durkheim ed altri classici. La contrapposizione tra olismo ed individualismo metodologico |

- 12 I contemporanei. Le problematiche della contemporaneità nella riflessione sociologica. Il problema della razionalità nelle società complesse. La sociologia analitica e genetica
- 24 Il disegno della ricerca e i principali problemi dell'epistemologia delle scienze sociali

Esercitazioni

Ore: **Argomenti:**

0 Non sono previste esercitazioni

Testi consigliati:

Alberto Izzo, Storia del pensiero sociologico, Il Mulino, Bologna, in tre voll:

- Le origini
- I classici
- I contemporanei

Earl Babbie - Ricerca sociale - Apogeo, i primi 4 capitoli

Obiettivi formativi

Sociologia generale

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

Testi consigliati:

Sociologia giuridica

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06592
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Sociologia giuridica:</i> Alessandra Dino (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/12
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Utilizzo di materiale audiovisivo, testimonianze. Prova Orale Finale. Momenti di verifica in itinere e a conclusione del corso (per i frequentanti).
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Sociologia giuridica: esame orale, sviluppo di casi di studio
Ricevimento:	Alessandra Dino: Il prossimo ricevimento si svolgerà il 2 ottobre 2012 dalle ore 12.00 alle ore 13.00 nella stanza del docente ubicata in viale delle Scienze, ed. 15, secondo piano - email: alessandra.dino@unipa.it - telefono: 09123897906

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione di strumenti cognitivi utili per definire il processo di costruzione sociale della devianza. Comprensione dei rapporti esistenti tra variabili macro, meso e micro sociali nell'elaborazione delle teorie sociologiche della devianza. Comprensione delle nozioni di: diritto, norma, reato, sanzione, controllo sociale. Individuazione delle diverse declinazioni e attuazioni storiche delle nozioni di crimine e di devianza e delle variabili che hanno concorso, nel tempo a determinarle.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di riconoscere, individuare, decostruire i meccanismi sociali attraverso cui si definiscono i processi di etichettamento dei cosiddetti soggetti devianti. Capacità di riconoscere il carattere storico e costruito delle norme sociali e di quelle del sistema penale, cogliendo l'implicito nascosto dietro i provvedimenti normativi ed evidenziando i nessi che legano teoria e prassi.

Autonomia di giudizio

Sviluppo di capacità critiche (strumenti cognitivi) e abilità pratiche (strumenti operativi) che consentano di individuare meccanismi attraverso cui si costruisce la nozione di outsider e si mettono

a punto i processi di stigmatizzazione e di esclusione sociale o - di contro - di neutralizzazione delle etichette stigmatizzanti. Capacità di valutare gli effetti e l'impatto nel contesto sociale ed economico produttivo delle dimensioni organizzative e degli assetti di governo adottati dalle organizzazioni mafiose.

Abilità comunicative

Acquisizione di capacità linguistiche e comunicative che consentano di decostruire i pregiudizi e i luoghi comuni attraverso cui si puntellano e si diffondono le diverse forme di marginalizzazione e di esclusione sociale - o al contrario di sostegno e consenso - intorno a specifici gruppi sociali diversamente etichettati. Capacità di individuare e utilizzare modalità di comunicazione e di conoscenza alternative in grado di decostruire posizioni pregiudiziali e opinioni basate sull'assenza di spirito critico e sul senso comune.

Capacità di apprendimento

Capacità di utilizzare gli strumenti metodologici e concettuali acquisiti come lente critica per l'analisi del proprio patrimonio culturale e delle proprie dimensioni di senso. Capacità di applicare quanto appreso nella sfera del contesto sociale di riferimento e nelle diverse dimensioni ad essa legate. Implementazione di un modello di analisi critico-cognitivo da applicare nelle differenti situazioni di studio con effetto moltiplicatore e ricadute specifiche nelle singole aree.

Obiettivi formativi *Sociologia giuridica*

Titolo del corso: *Mafia e potere politico (la materia è mutuata dall'insegnamento di Sociologia giuridica del Seci)*

Obiettivo del corso è quello di esaminare il concetto sociologico di devianza analizzandone le sue declinazioni storiche, i suoi radicali mutamenti nel tempo in relazione ai differenti sistemi sociali e politici, ponendo particolare attenzione alle dimensioni culturali e istituzionali che supportano le definizioni ufficiali di devianza e di criminalità, agli strumenti comunicativi attraverso cui esse si affermano e a quelli attraverso cui ne è possibile una qualche decostruzione.

Il lavoro in aula sarà suddiviso in due parti tra loro fortemente integrate.

Durante la prima, verranno affrontate le tematiche base della disciplina. Verrà discussa criticamente la nozione di devianza e verranno analizzate le principali teorie sociologiche in merito. Si evidenzierà il nesso tra teoria e prassi e il ruolo delle istituzioni sociali nella definizione dei fenomeni di criminalità e nelle procedure per l'applicazione delle sanzioni sociali a situazioni e soggetti definiti socialmente e giuridicamente devianti. Si approfondirà la nozione di sicurezza in relazione anche al peso delle agenzie informative nel costruire il "discorso di paura".

Si analizzerà il nesso tra devianza e marginalità, tra crimine ed esclusione sociale, tenendo presenti sia le dimensioni relazionali sia quelle istituzionali e normative. Verranno, pertanto, affrontate, attraverso rimandi a dati e rapporti di ricerca, questioni relative al rapporto tra sicurezza e libertà, tra potere e linguaggio, tra informazione mediatica e percezione sociale dell'illecito, tra immigrazione e sicurezza urbana.

Nella seconda parte del corso, un particolare approfondimento sarà dedicato all'esame del nesso tra criminalità e potere con esplicito riferimento al rapporto tra crimine organizzato mafioso e istituzioni sociali, tra mafia e democrazia, mafia e politica, mafia e processi di globalizzazione, mafia e religione, mafia e criminalità dei potenti. Una particolare attenzione sarà dedicata allo studio degli stili di leadership e delle loro trasformazioni nel tempo in funzione dei contesti politici e storico-sociali, delle strategie dell'organizzazione criminale ma anche delle diverse personalità dei

"capi". Incrociando le dimensioni macrosociologiche (modelli organizzativi, clima politico, aspetti normativi, scenari internazionali, ecc.) con i vissuti individuali, si cercherà di indagare sulle ragioni che determinano l'affermazione di una precisa strategia organizzativa e il successo dei differenti modelli di gestione del potere da parte dei leader mafiosi.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 2 Presentazione del corso, del programma e degli obiettivi, del metodo di lavoro. Oggettivo e soggettivo nell'approccio ai fenomeni sociali.
- 2 Metodi qualitativi e quantitativi nella ricerca sociale. Erklären e Verstehen: i differenti approcci allo studio dei fenomeni. Definizioni ufficiali della realtà. Il peso del simbolico. Il potere delle parole.
- 2 Non neutralità del sapere scientifico: Adorno e Foucault. Avalutatività e politeismo metodologico: Weber. Devianza come prodotto di costruzione sociale. Cultura e universo della significazione. Pregiudizio, senso comune, esperienza.
- 2 I concetti di norma, valore e sanzione. Controllo sociale primario e secondario. Le istituzioni totali e loro tipologie: Goffman Asylums. Nascita del carcere e sue differenti funzioni. Le funzioni della pena.
- 4 Sistemi penali a confronto: common law e civil law. Teorie sociologiche sulla devianza. La scuola classica e i suoi esponenti. La scuola positiva e le differenti posizioni in essa rappresentate.
- 4 La scuola di Chicago: interazionismo, ecologia urbana e metodi qualitativi. L'attenzione per gli aspetti culturali. Teoria dell'associazione differenziale. Sutherland, il crimine dei colletti bianchi.
- 2 Teoria dell'anomia. Teorie delle subculture; subculture giovanili e fenomeni criminali. Teorie del conflitto.
- 2 Teorie dell'apprendimento sociale. Teorie del controllo. Vittimologia. Teorie delle attività di routine. Teorie di genere. Il caso della criminalità femminile.
- 4 Dimensioni critiche del concetto di cultura mafiosa. Culturalismo e negazione del carattere criminale della mafia. Il nesso tra dimensioni organizzative e dimensioni culturali. Il ruolo del rito e della simbologia a sostegno della raccolta del consenso dentro e fuori dai contesti criminali mafiosi.
- 8 Modelli organizzativi e stili di leadership in Cosa Nostra.
- 8 Sistemi criminali e metodo mafioso. L'area grigia. Criminalità economica e criminalità organizzata: luoghi di intersezione. Crimini di potere. Mafia e politica

Testi consigliati:

Un manuale a scelta tra:

- o Williams F. P./McShane M. D., Devianza e criminalità, Bologna, il Mulino, 2002.
- o Berzano L., Prina F., Sociologia della devianza, Roma Carocci, 2007.
- o Scarcelli D., Vidoni Guidoni O., La devianza. Teorie e politiche di controllo, Roma, Carocci, 2009.
- o Melossi D., Stato controllo sociale, devianza, Milano, Bruno Mondadori, 2002.

Per tutti

- o Dino A., Gli ultimi padrini. Indagine sul governo di Cosa Nostra, Bari-Roma, Laterza, 2011.
- o Fava G., Un anno. Scritti per La rivista "I Siciliani", Messina, Mesogea, 2010.

Statistica sociale

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	14400
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Statistica sociale:</i> Anna Maria Milito (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	SECS-S/05
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali Le esercitazioni in aula saranno integrate nelle lezioni frontali. Considerata la tipologia dell'insegnamento, le lezioni avranno natura teorica e pratico-applicativa.
Frequenza:	Consigliata
Metodi di valutazione:	Statistica sociale: esame scritto, esame orale
Ricevimento:	Anna Maria Milito: martedì ore 10:00-13:00 presso il Dipartimento di Scienze Economiche Aziendali e Finanziarie, Facoltà di Economia, edificio 13, Il piano, viale delle Scienze. Previo appuntamento da concordare tramite e-mail - email: annamaria.milito@unipa.it - telefono: 09123895283

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Ci si attende che gli studenti acquisiscano la capacità di comprendere testi scritti e pratiche professionali che includono l'utilizzo delle tecniche statistiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Ci si aspetta che gli studenti siano in grado di utilizzare efficacemente le tecniche statistiche proposte nel corso all'interno di tutte le attività connesse alle mansioni dei profili professionali di interesse.

Autonomia di giudizio

La natura e i contenuti del corso sono i più adeguati al raggiungimento di questo obiettivo: la fase della costruzione del dato, che risulta antecedente alla sua mera raccolta, è origine di diverse criticità che condizionano la successiva raccolta ed elaborazione. Tutte le fasi del percorso di ricerca sono analizzate all'interno del corso, per consentire allo studente l'acquisizione di competenze che gli permettano di selezionare criticamente, tra i diversi strumenti di analisi dei dati, quelli più

adeguati alla natura del fenomeno oggetto di studio.

Abilità comunicative

Gli studenti dovranno essere in grado di interpretare ma anche di comunicare i risultati dell'attività professionale, siano essi espressi sotto forma di risultati di ricerca come anche di indicatori di performance dei servizi di appartenenza o come output di meccanismi di valutazione. Per far questo dovranno acquisire gli elementi essenziali del linguaggio statistico, oltre che la capacità di produrre sintetici rapporti di ricerca.

Capacità di apprendimento

La riflessione critica sull'utilizzo dei metodi e dei principi di costruzione/interpretazione dell'informazione statistica costituiscono caratteristiche rilevanti del corso. All'interno della facoltà umanistiche, gli insegnamenti di area statistica sono ritenuti dagli studenti tra gli ostacoli più probanti all'interno del proprio percorso di studi. Il superamento dell'ostacolo, sulla base essenzialmente del corretto utilizzo della logica strumentale nel contesto dell'analisi dei fenomeni collettivi in campo sociale, rappresenta condizione necessaria per il superamento dell'esame (obiettivo di breve periodo) ma anche premessa per lo sviluppo di una maggiore self-confidence che rappresenta lo stimolo per ulteriore attività di apprendimento autonomo o all'interno di corsi avanzati.

Obiettivi formativi

Statistica sociale

Nel mondo del lavoro e nella vita quotidiana il cittadino incontra il mondo della statistica in diversi momenti: per compiere consapevolmente delle scelte (acquisti, investimenti), per "farsi un'opinione" e partecipare consapevolmente alla vita sociale, per il controllo dell'azione dei pubblici poteri.

I mass media rappresentano il tramite fra le informazioni statistiche e i cittadini attraverso largo uso di sondaggi e indagini, articoli fondati su dati statistici (di natura economica, sociale, demografica, ambientale, ecc). Purtroppo queste statistiche non sono sempre trasmesse in modo appropriato e non riescono a comunicare la complessità dell'informazione che contengono.

Il corso è stato progettato per fornire agli studenti gli strumenti statistici di base necessari per comprendere e trattare i dati all'interno dei settori applicativi della "comunicazione". Con riferimento a queste istanze, il corso pone particolare attenzione alla descrizione dei fenomeni collettivi, attraverso l'analisi quantitativa dei dati e la sua rappresentazione, alla comprensione dei metodi e dei risultati delle indagini statistiche.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|---|--|
| 2 | Introduzione al corso. La quantificazione nelle scienze sociali. Concetto di misura; le scale di misura |
| 2 | L'indagine statistica e le sue fasi. L'unità, il collettivo, la variabile. La classificazione delle variabili. Le fonti statistiche. |
| 2 | La matrice dei dati. Distribuzioni statistiche semplici: distribuzioni di frequenza assolute, relative, percentuali |
| 4 | Rappresentazioni grafiche: diagramma a settori circolari, grafici a nastri e a colonne, diagramma a segmenti, istogramma. |
| 4 | Valori medi: moda, mediana, quantili, media aritmetica. Le proprietà della media aritmetica. |
| 2 | Il concetto di asimmetria. Il boxplot. |

- 2 La variabilità e le misure di variabilità: il campo di variazione, la differenza interquartile, lo scarto quadratico medio. La variabilità relativa: il coefficiente di variazione.
- 1 Eterogeneità assoluta e relativa: l'indice di eterogeneità di Gini.
- 2 I rapporti statistici: rapporti di composizione, di coesistenza, di derivazione. I rapporti medi. I saggi di variazione, i numeri indici.
- 3 Distribuzioni statistiche doppie: tabelle a doppia entrata, distribuzioni marginali, distribuzioni condizionate; calcolo e significato delle percentuali di riga, di colonna, e sul totale generale.
- 2 Introduzione alle relazioni tra variabili (concetti di esistenza, intensità, direzione e forma).
- 2 Campionamento
- 4 Introduzione al calcolo delle probabilità e all'inferenza

Esercitazioni

Ore: **Argomenti:**

- 8 Su tutti gli argomenti del corso saranno svolte esercitazioni su casi concreti

Testi consigliati:

Borra S., Di Ciaccio A., Statistica: Metodologie per le scienze economiche e sociali. McGraw-Hill

Cicchitelli G., Statistica. Principi e Metodi. Pearson Education

Fraire M., Rizzi A., Statistica. Metodi esplorativi e inferenziali (I capitoli sulle rappresentazioni grafiche e sui rapporti statistici si scaricano gratuitamente dal sito della casa editrice), Carocci Editore

Ulteriore materiale sarà consigliato e fornito dal docente

Storia dell'arte contemporanea

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06813
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Storia dell'arte contemporanea:</i> Gabriella De Marco (Professore ordinario)
Settore scientifico disciplinare:	L-ART/03
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali, esercitazioni in aula, eventuali visite guidate mostre d'arte contemporanea.
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Storia dell'arte contemporanea: esame orale
Ricevimento:	Gabriella De Marco: Al termine delle lezioni. Da concordare con il docente per il primo semestre (gabriella.demarco@unipa.it; gademarco@tiscali.it). Per i tesisti su appuntamento (gabriella.demarco@unipa.it gademarco@tiscali.it). - email: gademarco@tiscali.it; gabriella.demarco@unipa.it - telefono:

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del corso è richiesta, da parte dello studente, la conoscenza approfondita dei principali movimenti e personalità compresi nell'ambito cronologico trattato oltre ad una buona capacità di comprensione dei temi e degli aspetti affrontati nel corso di approfondimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso è richiesta la capacità di lettura delle opere d'arte contemporanea unitamente alla capacità di impostare un percorso critico di base sui principali temi della ricerca visiva compresi tra il Neoclassicismo e l'età contemporanea.

Autonomia di giudizio

Al termine del ciclo di lezioni lo studente dovrà essere in grado di elaborare, sulla base dei requisiti scientifici della disciplina, un percorso critico dei movimenti, dei temi e del sistema dell'arte contemporanea.

Abilità comunicative

Al termine del ciclo di lezioni lo studente dovrà aver sviluppato le necessarie competenze volte a

comunicare temi ed aspetti dell'arte contemporanea sia ad un pubblico di non addetti ai lavori sia, pur se a livello base, ad un pubblico di specialisti.

Capacità di apprendimento

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare una buona capacità di orientamento nell'ambito disciplinare trattato. Dovrà, inoltre, dimostrare di possedere i requisiti di base per una corretta applicazione della metodologia di studio dell'arte contemporanea (analisi delle opere, conoscenza delle fonti, conoscenza base dei principali avvenimenti della politica e della cultura internazionale tra il XIX ed il XX secolo).

Obiettivi formativi

Storia dell'arte contemporanea

Il corso di Storia dell'Arte contemporanea relativamente all' a.a. 2011-2012 si articolerà su due aspetti tra loro complementari: il primo aspetto riguarderà l'inquadramento metodologico volto allo studio della disciplina e comprenderà una serie di lezioni frontali volte all'acquisizione degli strumenti base per la lettura delle opere d'arte mentre il secondo aspetto riguarderà l'approfondimento del sistema dell'arte attuale in Italia con particolare riguardo al museo d'arte contemporanea.

L'articolazione del corso in due momenti (uno mirato alla padronanza di una metodologia di base l'altro volto all'approfondimento del corso monografico) consentirà di raggiungere gli obiettivi formativi fondamentali per lo studio dell'arte contemporanea. In particolare, il principale obiettivo che s'intende raggiungere è quello volto alla capacità di applicazione -da parte dello studente- di una corretta metodologia di approccio alla disciplina unitamente all'acquisizione di una conoscenza esaustiva dei principali movimenti e personalità dell'arte e dell'architettura internazionale dal XIX secolo ai nostri giorni. Infine, l'approfondimento di alcuni aspetti inerenti il museo d'arte contemporanea in Italia ha come obiettivo quello di avvicinare lo studente alle tematiche più attuali della disciplina al di fuori della tradizionale e imprescindibile impostazione manualistica.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|--|
| 5 | Introduzione allo studio della disciplina. Questionario |
| 20 | "Come si legge un'opera d'arte" (datazione, autenticità, autografia, contestualizzazione, analisi dei materiali e delle tecniche, analisi dei nuovi procedimenti, ecc.). |
| 25 | Approfondimento del corso sul sistema dell'arte in Italia con particolare riguardo al museo d'arte contemporanea. In particolare, mediante il raffronto con altre importanti realtà museali internazionali verranno analizzate alcune tra le principali istituzioni pubbliche e/ o private italiane. |
| 10 | Breve introduzione di taglio internazionale sulla storia del museo tra il XIX ed il XX secolo. |

Esercitazioni

Ore: Argomenti:

- | | |
|---|------------------------------|
| 0 | Si invia al campo precedente |
|---|------------------------------|

Testi consigliati:

Per l'indirizzo "Tecnica pubblicitaria" (6 cfu), "Informazione e media" (9 cfu), Scienze storiche (9, 6

e 3 cfu):

Un manuale di apertura internazionale dal Neoclassicismo ai nostri giorni (si consiglia G., Bora, G., Fiaccadori, A., Negri; A., Nova, I Luoghi dell'arte. Storia opere percorsi, vv. 5 e 6, Electa - Bruno Mondadori).

Per il corso monografico (per indirizzi da 6 cfu e 9 cfu):

Francesco Poli, Il sistema dell'arte contemporanea, Roma- Bari, Laterza, ultima edizione.

Federica Pirani, Che cos'è una mostra d'arte, Roma, Carocci,2011 (quest'ultimo solo per gli studenti dell'indirizzo "Informazione e media", 9 cfu).

Il programma per gli studenti di Scienze storiche comprende:

- la sola parte generale istituzionale da studiare nel manuale (vedi sopra), per gli studenti con 3cfu;
- la parte generale, dal manuale, più il corso monografico (F. Poli, Il sistema dell'arte contemporanea, cit.), per gli studenti con 6 cfu;
- la parte generale (dal manuale), il corso monografico (F. Poli, Il sistema dell'arte contemporanea, cit.), più un'integrazione per 3 cfu da concordare con la docente almeno 40 giorni prima dell'esame, per gli studenti con con 9 cfu.

Storia della musica

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06932
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Storia della musica:</i> Ivano Cavallini (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	L-ART/07
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Obbligatoria
Metodi di valutazione:	Storia della musica: esame orale, sviluppo di casi di studio
Ricevimento:	Ivano Cavallini: Lunedì ore 14, V piano Facoltà, Studio 505. - email: ivano.cavallini@unipa.it - telefono: 09123863321

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Sviluppo della capacità di riconoscere le tecniche narrative del suono in associazione con le immagini e in assenza di immagini, attraverso le evocazioni che la musica produce mediante relazioni formali con il testo e con la scena.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di comprendere le applicazioni della narratologia letteraria all'opera e al sonoro cinematografico al fine di decifrare i messaggi che provengono sia dall'universo dello spettacolo, sia dalle tecniche della pubblicità.

Autonomia di giudizio

Abilità nel proporre analisi di passi di sinfonia, opera e film, decrittando la stratificazioni, gli intrecci e i contrasti di significato pertinenti all'immagine, alla parola e al suono, al fine di mettere in luce la componente che prevale nell'orientare lo spettatore.

Abilità comunicative

Esercizi guidati di commento alla visione, utilizzando sistemi verbali allusivi per tradurre e comunicare i processi narrativi correlati al lessico specialistico dei codici sonori.

Capacità di apprendimento

Nella fase di preparazione dell'esame il discente è invitato a procedere all'autoverifica, servendosi di

copie di opere e film in CD distribuite durante il Corso come Fonti, cui si allega la relativa Bibliografia. Attività propedeutica che consente di espandere lo studio delle formule di drammatizzazione sonora a qualsiasi tipo di medium ove sia presente la musica.

Obiettivi formativi

Storia della musica

Titolo del corso: *CODICE SONORO E FUNZIONI COMUNICATIVE NELLA SINFONIA, NELL'OPERA E NEL FILM*

Il corso è dedicato ai processi comunicativi insiti nel codice musicale, che si sono sviluppati nel corso dei secoli attraverso la formazione di un paesaggio sonoro condiviso da qualsiasi tipo di ascoltatore. Ad esso hanno contribuito i generi dell'opera, della sinfonia, della musica per film e dello spot pubblicitario. Sulla base degli studi condotti dalla narratologia musicale, viene proposta una classificazione di tali processi in ragione del sistema informativo prescelto.

Gli obiettivi principali della materia riguardano le funzioni drammatiche comuni al codice dell'opera, del film, della musica strumentale dell'Ottocento e del Novecento. In particolare si prendono in considerazione i problemi connessi alla semanticità della musica nel regime strumentale, l'estetica romantica e la nascita della musica a programma (sinfonie e poemi sinfonici di Hector Berlioz, Franz Liszt, Richard Strauss, Gustav Mahler), le tecniche narrative nelle opere di Giuseppe Verdi, Richard Wagner e Giacomo Puccini (musica diegetica, musica extradiegetica, citazioni di genere, musica in scena, reminiscenza e Leitmotiv), la reazione formalista da Eduard Hanslick a Arnold Schoenberg, il ruolo della musica nel film muto e nel moderno sonoro (Giuseppe Becce, Hans Erdmann, Pietro Mascagni, Erik Satie, Federico Fellini, Stanley Kubrik, Dario Argento).

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- | | |
|----|---|
| 2 | I caratteri narrativi della musica e la formazione del paesaggio sonoro. |
| 4 | Semanticità della musica vocale e asemanticità della musica strumentale nei secoli XVIII e XIX |
| 8 | Estetica romantica e musica a programma: Berlioz, Liszt, Mahler |
| 4 | La reazione formalista: l'estetica e le poetiche da Hanslick a Schoenberg |
| 14 | Narratologia e opera: diegesi, mimesi, citazioni di genere, colore locale, musica in scena, reminiscenza e Leitmotiv. Giuseppe Verdi: "Rigoletto" e "Traviata", Richard Wagner: "La Valkiria", Giacomo Puccini: "Madama Butterfly". |
| 6 | Musica e cinema. Il ruolo del suono nel muto e la colonna sonora. Becce-Erdmann. |
| 2 | La teoria del contrappunto di Eizenstein. |
| 6 | Le musiche di Satie per "Entr'acte" e di Mascagni per "Rapsodia satanica". |
| 8 | La musica nei film di Fellini, Kubrik e Argento. |
| 6 | Musica e pubblicità. |

Testi consigliati:

Appunti dalle lezioni, fonti e testi per il commento di una sinfonia, di due opere e due film scelti tra i titoli in programma.

FONTI

- HECTOR BERLIOZ, Sinfonia fantastica (CD)
FRANZ LIZST, Les Préludes (CD)
GUSTAV MAHLER, Prima sinfonia (CD)
GIUSEPPE VERDI, Rigoletto (CD e libretto dell'opera)

IDEM, Traviata (CD e libretto dell'opera)

GIACOMO PUCCINI, Madama Butterfly (CD e libretto dell'opera)

PIETRO MASCAGNI, Rapsodia satanica (CD)

ERIK SATIE, Entr'acte (CD)

STANLEY KUBRIK, Arancia meccanica (CD)

DARIO ARGENTO, Profondo rosso (CD)

TESTI CRITICI

ENRICO FUBINI, L'estetica musicale dal Settecento a oggi, Torino, Einaudi, 1968 e edizioni successive. Capitolo I, i paragrafi "Musica e poesia", "L'imitazione della natura", "Imitazione e sentimento nella musica", "L'unità tra arte e ragione: Rameau", "Gli enciclopedisti e il mito della musica italiana", "Musica vocale e musica strumentale". Capitolo II, i paragrafi "Il musicista romantico di fronte alla musica", "Il problema della musica a programma". Capitolo III, il paragrafo "Hanslick e il formalismo".

IVANO CAVALLINI, "Genio, imitazione, stile sentimentale e patetico. Gianrinaldo Carli e Tartini: le prospettive della critica tartiniana nella seconda metà del Settecento", in Tartini: il tempo, le opere, a c. di A. Bombi e M. N. Massaro, Bologna, il Mulino, 1994, pp. 229-246.

ROSSANA DALMONTE, "Franz Liszt: le parole e le forme", in Studi per Fedele d'Amico, a c. di A. Ziino, Firenze, Olschki, 1991.

THEODOR W. ADORNO, Wagner/Mahler due studi, a c. di M. Bortolotto e G. Manzoni, Torino, Einaudi, 1966 (la parte su Mahler).

PIERO MIOLI, Croce e delizia. Un dramma borghese di corruzione e redenzione, Programma di Sala, Teatro Verdi Trieste, 2000.

LUCA ZOPPELLI, "Funzioni drammaturgiche della musica in scena", in Opera & Libretto, Firenze, Olschki, 1993, pp. 237-255.

LUCA ZOPPELLI, L'opera come racconto, Venezia, Marsilio. 1994, il capitolo: "Raccontare e rappresentare", pp. 11-24.

MICHELE GIRARDI, Giacomo Puccini: l'arte internazionale di un musicista italiano, Venezia, Marsilio, 1995, il paragrafo "Illica, Giacosa, Puccini", pp. 109-114 e il Capitolo "Madama Butterfly: una tragedia esotica", pp. 197-257.

ENNIO SIMEON, Per un pugno di note. Storia, teoria, estetica della musica per il cinema, la televisione e il video, Milano, Rugginenti, 1995, la prima parte del libro: "Teoria ed estetica".

SERGIO MICELI, Musica e cinema nella cultura del Novecento, Milano, Sansoni, 2000, le pp. 139-156, 329-384.

CESARE ORSELLI, "Mascagni coglie l'occasione cinematografica", in IDEM, Le occasioni di Mascagni, Siena, Barbablù, 1990, pp. 93-103.

SERGIO BASSETTI, La musica secondo Kubrik, Torino, Lindau, 2002: l'Introduzione e il Capitolo 10.

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica + Teoria e tecniche della promozione d'immagine

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13476
Articolazione in moduli:	sì
Numero di moduli:	2
Docenti:	<i>Teoria e tecniche della comunicazione pubblica:</i> Fabio Massimo Lo Verde (Professore associato)
Settori scientifici disciplinari:	SPS/08 SPS/08 SPS/08
Cfu:	12
Ore riservate allo studio personale:	220
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	80
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Lezioni frontali: Giovedì - Venerdì 14.00-17.00
Frequenza:	Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Facoltativa
Metodi di valutazione:	Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: esame scritto
Ricevimento:	Fabio Massimo Lo Verde: Mercoledì ore 9.30 11.30 - email: fabio.loverde@unipa.it - telefono: 23897910+pr

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Acquisizione delle conoscenze e competenze, della teoria, delle tecniche e degli strumenti e della normativa inerente alla comunicazione pubblica con particolare riferimento alla comunicazione della pubblica amministrazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Acquisizione della capacità di progettazione e realizzazione di programmi e prodotti della comunicazione pubblica istituzionale, delle campagne informative e degli strumenti di ascolto e valutazione della customer satisfaction

Autonomia di giudizio

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Acquisizione della capacità di predisposizione di programmi e prodotti di comunicazione finalizzati alla pubblica utilità svincolati dalla promozione o dalla comunicazione politica ovvero dalla esclusiva comunicazione per il mercato

Abilità comunicative

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Acquisizione di tutte le tecniche e gli strumenti per la presentazione dei prodotti comunicativi progettati nelle istituzioni pubbliche e nelle organizzazioni

del terzo settore

Capacità di apprendimento

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica: Acquisizione della capacità di rintracciare fonti, flussi, canali, destinatari, messaggi della comunicazione di pubblica utilità.

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica

Titolo del corso: *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica*

Obiettivo del modulo è quello di trasferire conoscenze e competenze riguardanti la teoria, le tecniche e gli strumenti che il comunicatore pubblico deve conoscere, nonché l'acquisizione di abilità e competenze relazionali necessarie per lo svolgimento della professione di comunicatore pubblico.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: gli anni '80
6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: gli anni '90
6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: dagli anni '90 ai giorni nostri
6	Comunicazione istituzionale, sociale, politica: strumenti e tecniche
6	Le professioni della comunicazione pubblica
6	Gli strumenti della comunicazione pubblica: la carta dei servizi
4	Gli strumenti della comunicazione pubblica: il piano di comunicazione
0	

Testi consigliati:

R. Grandi, *La comunicazione pubblica*, Carocci, Roma, 2001;

M. Miani, *Comunicazione pubblica e nuove tecnologie*, Il Mulino, Bologna 2010

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e customer satisfaction

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	13422
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e customer satisfaction:</i> Fabio Massimo Lo Verde (Professore associato)
Settore scientifico disciplinare:	SPS/07
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	3
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali: Giovedì - Venerdì 14.00-17.00
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e customer satisfaction: esame scritto
Ricevimento:	Fabio Massimo Lo Verde: Mercoledì ore 9.30 11.30 - email: fabio.loverde@unipa.it - telefono: 23897910+pr

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Acquisizione delle conoscenze e competenze, della teoria, delle tecniche e degli strumenti e della normativa inerente alla comunicazione pubblica con particolare riferimento alla comunicazione della pubblica amministrazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Acquisizione della capacità di progettazione e realizzazione di programmi e prodotti della comunicazione pubblica istituzionale, delle campagne informative e degli strumenti di ascolto e valutazione della customer satisfaction

Autonomia di giudizio

Acquisizione della capacità di predisposizione di programmi e prodotti di comunicazione finalizzati alla pubblica utilità svincolati dalla promozione o dalla comunicazione politica ovvero dalla esclusiva comunicazione per il mercato

Abilità comunicative

Acquisizione di tutte le tecniche e gli strumenti per la presentazione dei prodotti comunicativi progettati nelle istituzioni pubbliche e nelle organizzazioni del terzo settore

Capacità di apprendimento

Acquisizione della capacità di rintracciare fonti, flussi, canali, destinatari, messaggi della

comunicazione di pubblica utilità.

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e customer satisfaction

Titolo del corso: *Teoria e tecniche della comunicazione pubblica e customer satisfaction*

Obiettivo del modulo è quello di trasferire conoscenze e competenze riguardanti la teoria, le tecniche e gli strumenti che il comunicatore pubblico deve conoscere, nonché l'acquisizione di abilità e competenze relazionali necessarie per lo svolgimento della professione di comunicatore pubblico.

Lezioni frontali

Ore: **Argomenti:**

6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: gli anni '80
6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: gli anni '90
6	La nascita della comunicazione pubblica in Italia: dagli anni '90 ai giorni nostri
6	Comunicazione istituzionale, sociale, politica: strumenti e tecniche
6	Le professioni della comunicazione pubblica
6	Gli strumenti della comunicazione pubblica: la carta dei servizi
6	Gli strumenti della comunicazione pubblica: il bilancio sociale
6	Gli strumenti della comunicazione pubblica: il piano di comunicazione
12	Comunicazione pubblica e nuove tecnologie

Testi consigliati:

- R. Grandi, *La comunicazione pubblica*, Carocci, Roma, 2001;
M. Miani, *Comunicazione pubblica e nuove tecnologie*, Il Mulino, Bologna 2010
A. La Spina, A. Cangemi, *Comunicazione pubblica e burocrazia*, Angeli, Milano 2008

Teoria e tecniche della promozione d'immagine

Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni

Anno accademico:	2011/2012
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	07482
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Teoria e tecniche della promozione d'immagine:</i> Francesco Mangiapane (Professore a contratto)
Cfu:	6
Ore riservate allo studio personale:	110
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	40
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Teoria e tecniche della promozione d'immagine: esame orale, sviluppo di casi di studio, attività di laboratorio
Ricevimento:	Francesco Mangiapane: Il mercoledì dalle 11 alle 13 nella stanza del prof. Marrone, Edificio 15, terzo piano. - email: francesco.mangiapane@unipa.it - telefono: 3385237762

Risultati di apprendimento attesi

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza dei meccanismi di branding e di costruzione dell'identità di marca.

Riconoscimento e comprensione della dimensione comunicativa del logo, inteso come elemento fondativo della stessa identità di marca.

Conoscenza dei principi di progettazione dell'identità visiva per aziende e istituzioni

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente acquisita strumenti di progettazione dell'identità di marca utili per aziende e istituzioni.

Autonomia di giudizio

Lo studente acquisirà altresì strumenti di giudizio sui meccanismi di promozione d'immagine e di valutazione sull'identità visiva, a fondamento di un intervento consulenziale per il potenziamento del brand di aziende e istituzioni.

Abilità comunicative

Lo studente dovrà dimostrare padronanza e controllo nella presentazione dei progetti in programma.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà mostrare una buona capacità di apprendimento delle nozioni e delle pratiche illustrate a lezione.

Obiettivi formativi

Teoria e tecniche della promozione d'immagine

Titolo del corso: *Teoria e tecniche della promozione d'immagine*

L'insegnamento si propone di illustrare i principali asset di teoria del brand e dell'identità visiva.

L'identità visiva e la promozione d'immagine. Illustrazione dei contenuti del libro "Identità visive", saggio teorico/pratico di analisi, progettazione e management dell'identità visiva. Obiettivo: offrire una panoramica teorico/pratica di casi studio utili all'attività di progettazione della promozione d'immagine.

Corso monografico: il logo e la comunicazione istituzionale. Durante il corso verranno presentati alcuni studi di caso esemplari sul logo come strumento comunicativo dell'identità di marca.

Laboratorio: Identità Visiva e Comunicazione Istituzionale. La classe sarà divisa in gruppi a cui verrà assegnato un caso di brand da analizzare, con l'obiettivo di ricostruirne il posizionamento comunicativo.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 10 L'identità visiva e la promozione d'immagine-
Casi:
Le identità visive di Apple e Ibm
L'identità visiva di Waterman
L'identità visiva di Coco Chanel
L'identità visiva di Opinel
L'identità visiva di Habitat e Ikea
- 15 Ulteriori casi di studio: visual trend e discorso di marca
L'identità visiva di Microsoft e Microsoft Windows
Le identità visive dei Ready To Drink
Le identità visive dei marchi legati allo sport (Adidas e Nike in particolare)
Le identità visive nella moda: il caso Armani-Versace
Le identità visive di McDonald's e Burger King
Il logo di Slowfood
La campagna istituzionale di Telecom Italia "A voi comunicare"

Esercitazioni

Ore: Argomenti:

- 15 LABORATORIO: Identità Visiva e Comunicazione Istituzionale
La classe verrà divisa in gruppi a cui verrà assegnata l'analisi e la ricostruzione dell'identità visiva e di marca di un brand sul mercato.

Testi consigliati:

Identità visive di Jean Marie Floch, Editore, Franco Angeli

Il discorso di Marca di Gianfranco Marrone, Laterza

Dispense a cura del docente.