

Principali informazioni sull'insegnamento			
Denominazione italiana	Laboratorio di Cultura e Comunicazione Digitale		
Corso di studio	Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e d'Impresa		
Curriculum (se previsto dal corso di studi)	-		
Crediti formativi	3 CFU		
Denominazione inglese	Digital Culture and Communication Lab		
Obbligo di frequenza	Si		
Lingua di erogazione	Italiano		
Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail	SSD
	Sabino Di Chio	sabino.dichio@uniba.it	SPS/08

Dettaglio crediti formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	-	-	3

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Primo Semestre
Anno di corso	II
Modalità di erogazione	Laboratorio

Organizzazione della didattica	
Tipo di ore	<b>60 min.</b>
Ore di corso	20
Ore di studio individuale	55

Calendario	
Inizio attività didattiche	Ottobre 2020
Fine attività didattiche	Gennaio 2021

Syllabus	
Prerequisiti	Lo studente dovrà conoscere il profilo generale delle tradizioni teoriche del pensiero sociologico e mediologico.

Risultati di apprendimento previsti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscenza e capacità di comprensione delle radici culturali e delle pratiche comunicative dei media digitali.</li> <li>• Conoscenza e capacità di comprensione applicate: lo studente entrerà in possesso di concetti e metodi utili per il rafforzamento di competenze nell'ambito della comunicazione pubblica, sociale o d'impresa.</li> <li>• Autonomia di giudizio: attitudine critica a riflettere sulle trasformazioni che i nuovi modelli digitali provocano sulle relazioni produttive, sul lavoro, sulle relazioni interpersonali.</li> <li>• Capacità di apprendere: il laboratorio vuole garantire l'acquisizione di competenze pratiche attraverso il lavoro di gruppo e il design thinking.</li> </ul>
Contenuti di insegnamento	Oggetto del laboratorio sarà la <i>gamification digitale</i> , il processo strategico che vede l'utilizzo degli elementi propri del gioco per motivare e coinvolgere maggiormente le persone in contesti differenti da quelli ludici, indirizzando i comportamenti verso obiettivi di business misurabili.

<b>Programma</b>	
Testi di riferimento	Viola F., Cassone V., <i>L'arte del coinvolgimento. Emozioni e stimoli per cambiare il mondo</i> , Hoepli, Milano, 2017
Nota ai testi di riferimento	-
Metodi didattici	Gli studenti frequentanti saranno divisi in gruppi di lavoro e invitati a sviluppare nel corso delle lezioni un progetto di gamification della vita universitaria.

Metodi di valutazione	Colloquio orale. Il candidato dovrà dimostrare la comprensione dei concetti fondamentali analizzati durante il corso e presentare con efficacia il progetto a cui ha contribuito.
Altro	-