



ISIA di Pescara

Istituto Superiore per le Industrie Artistiche

via Cesare Battisti, 198 - 65123 Pescara

Codice Fiscale: 91137250683 - Tel. 085.2059763 / 867

E-mail: isiape@isiadesign.pe.it PEC: pec@pec.isiadesign.pe.it Sito web: www.isiadesign.pe.it



Scheda delle Attività Didattiche a.a. 2022/2023

Denominazione insegnamento:	COMUNICAZIONE SOCIALE
SAD (settore artistico disciplinare):	ISSU/02
Nome del docente responsabile:	Maria Alessandra De Nicola
Numero di crediti formativi (CFA):	3
Anno di corso in cui l'insegnamento è previsto:	DIPLOMA ACCADEMICO DI SECONDO LIVELLO IN DESIGN DEL PRODOTTO E DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE
Semestre di svolgimento delle lezioni:	SECONDO
Contenuti del corso	<p>Nella prima parte (teorica) del corso si metterà a fuoco un argomento oggi molto discusso e centrale per la teoria sociale: il rapporto tra comunicazione e cultura.</p> <p>Si presenteranno gli strumenti concettuali e metodologici utili ad affrontare più consapevolmente le seguenti domande: che relazione c'è tra i nostri atti comunicativi quotidiani, anche più semplici e apparentemente banali, e le ampie cornici di senso dettate dalla società e dalla cultura? Quanto siamo realmente liberi di esprimerci e di agire nel mondo e sul mondo tramite il comunicare? Quanta possibilità abbiamo di comprendere gli altri, nostri contemporanei, che si muovono nei nostri stessi spazi sociali o virtuali, facendo riferimento a significati e valori sempre più diversi ed eterogenei?</p> <p>Gli strumenti concettuali utilizzati saranno i concetti di Interazione, di Linguaggio e di Narrazione.</p> <p>Nella seconda parte (applicata) del corso gli strumenti teorici appresi saranno rivolti a meglio comprendere le relazioni fra comunicazione sociale e nuovi media: il web ha trasformato infatti le nostre abitudini, il modo di vivere e di comunicare. Ha prodotto cambiamenti straordinari e trasversali ai diversi settori di mercato. Anche la comunicazione sociale è a un bivio importante.</p> <p>Obiettivo del corso sarà fornire gli strumenti per evitare di replicare gli errori del passato, nello</p>

	studio del messaggio e nell'uso dei media on line al fine di sviluppare un nuovo approccio professionale, strategico e rilevante per i propri destinatari nell'ambito della comunicazione sociale.
Testi di riferimento	Angela Biscaldi, Vincenzo Matera, Antropologia della comunicazione. Interazioni, linguaggi, narrazioni, Carocci 2016; Roberto Bernocchi, Alberto Contri, Alessandro Rea, Comunicazione sociale e media digitali, Carocci 2018
Obiettivi formativi	Capire il ruolo della comunicazione nei fenomeni culturali generalmente intesi e le connesse dinamiche di impatto sociale. Saper considerare il prodotto industriale alla luce dei nessi tra società, cultura e comunicazione, nel suo esprimere e veicolare contenuti simbolici presenti nell'interazione e nei processi di costruzione dell'identità. Elaborare strategicamente una comunicazione sociale.
Prerequisiti	Elementi di grafica.
Metodi didattici	Lezione frontale con supporto multimediale e lezioni applicate.
Modalità di verifica dell'apprendimento	Esame scritto
Programma esteso	Nella prima parte del corso si esporranno i fondamenti del linguaggio nei suoi rapporti con la cultura entro tre cornici di riferimento principali: 1) La comunicazione interpersonale; 2) La comunicazione mediata; 3) La comunicazione come flusso. Nella seconda parte corso sarà svolto un itinerario teorico / laboratoriale che condurrà gli studenti a progettare un proprio piano di comunicazione sociale, mediante capisaldi quali: 1) La comunicazione sociale; 2) I soggetti/ Gli obiettivi di comunicazione/Il target/Strumenti, media e canali; 3) Tecniche di comunicazione sociale digitale.