

## **Digital and Communication Cultures – bachelor's degree**

### Specific objectives

- Enhancement of the interdisciplinary approach in the analysis of digital communication through the teaching of disciplines in sociological, political, historical, and anthropological fields.
- Practical skills aimed at increasing the employability of graduates through the adoption of interactive and highly operational teaching approaches.

The course (three years) is divided in two areas of learning analysis of digital communication:

- a) Concepts and theories of the social sciences.
- b) Specificities in the field of digital cultures.

The two areas offer the necessary tools, in terms of knowledge and skills, to conduct professional activities in the application fields of digital communication in public and private bodies.

### The training design conducted within the two learning areas aims at developing:

- An adequate knowledge of the basic tools of the social sciences.
- An appropriate knowledge of the theory and basic concepts of the Sociology of Communication.
- A sound use of the method of sociological research and of the qualitative and quantitative techniques specific to the field of communication.

### The bachelor's course in Digital and Communication Cultures includes activities aimed at acquiring:

- Fundamental knowledge in the various fields of the sociology of communication and digital cultures.
- Research methods of the sociology of communication.
- Basic knowledge in the fields of economics, statistics, law, and political science.
- Training activities oriented towards learning operational skills in the field of digital communication.

## **Culture digitali e della comunicazione – corso di laurea triennale**

### **Obiettivi specifici:**

- Valorizzazione dell'approccio interdisciplinare nell'analisi della comunicazione digitale attraverso l'insegnamento di discipline in ambito sociologico, politico, storico e antropologico.

- Trasmissione di abilità pratiche volta ad aumentare l'occupabilità dei laureati attraverso l'adozione di approcci didattici interattivi e a forte valenza operativa.

Il percorso di studio si articola in due aree di apprendimento di analisi della comunicazione digitale:

- a) Area dei concetti e delle teorie delle scienze sociali;
- b) Area delle specificità nel settore delle culture digitali.

Le due aree offrono gli strumenti necessari, in termini di conoscenze e capacità, per svolgere attività professionali negli ambiti applicativi della comunicazione digitale in enti pubblici e privati. La progettazione formativa realizzata nell'ambito delle due aree di apprendimento ha l'obiettivo di sviluppare:

- un'adeguata conoscenza della strumentazione di base delle scienze sociali;
- un'adeguata conoscenza della teoria e dei concetti di base della sociologia della comunicazione;
- un'adeguata padronanza del metodo della ricerca sociologica e delle tecniche proprie del settore della comunicazione, sia qualitative che quantitative.

Il curriculum dei laureati in Culture digitali e della comunicazione comprende attività finalizzate ad acquisire:

- conoscenze fondamentali nei vari campi della sociologia della comunicazione e delle culture digitali (insegnamenti di: Sociologia, Comunicazione e processi culturali, Psicologia sociale delle comunicazioni di massa, Sociologia delle tecnologie culturali, Sociologia dell'immaginario, Antropologia della comunicazione);
- metodi propri della sociologia della comunicazione nel suo complesso (insegnamenti di Metodologia della ricerca sociale, Metodi di ricerca antropologica);
- conoscenze di base nel campo delle altre scienze sociali e in quelli economico-statistico, giuridico e politologico (insegnamenti di Scienza politica, Storia contemporanea, Elementi di statistica, Sociolinguistica dell'Italia contemporanea, Analisi del linguaggio politico).
- attività formative orientate all'apprendimento di capacità operative nel settore lavorativo della comunicazione digitale (insegnamenti di Elementi di informatica e web, Diritto dei mezzi di comunicazione, L'agire economico in rete, Laboratorio audiovisuale, Laboratorio di fonti in rete, Marketing e nuovi media, Organizzazione d'impresa in rete, Laboratorio di web design).