

SYLLABUS

[Titolo del Corso]: **TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE**

[Codice del Corso]: COCM/02

[Docente]: **Giuseppe Segreto**

[Informazioni di Contatto]: giuseppe.segreto@gmail.com

[Orari di Ricevimento]: Il ricevimento potrà essere concordato con il docente scrivendo una mail all'indirizzo di posta elettronica fornito.

[Descrizione del Corso]:

Il Corso si propone di fornire le conoscenze e le competenze necessarie a comunicare in maniera efficace nell'ambito dell'editoria musicale e, in generale, all'interno della cosiddetta industria culturale. A tal fine, nella prima parte, verranno presentati i principali modelli teorici che sono stati sviluppati nell'ambito degli studi di semiotica, sociologia e psicologia con l'obiettivo di descrivere e interpretare i sistemi, i processi e le pratiche della comunicazione. Tali modelli saranno poi discussi in maniera critica con l'obiettivo di comprendere i meccanismi di funzionamento degli attuali ecosistemi mediali. Il corso avrà anche una componente laboratoriale, in modo da consentire ai partecipanti di sviluppare un piano di comunicazione. Come si definiscono i propri pubblici di riferimento? Come si costruisce l'immagine di un artista in relazione ai valori del suo progetto musicale? Come si declina un progetto artistico nei diversi media e format di comunicazione? Quali piattaforme e quali contenuti di comunicazione sono più utili ai fini del raggiungimento dei propri obiettivi? Sono queste alcune delle domande a cui il corso, col supporto di alcuni casi di studio che verranno discussi in aula, intenderà fornire le risposte.

Verranno infine presentate le diverse tecniche di comunicazione – verbale, para-verbale e non verbale – in modo da favorire un utilizzo strategico della comunicazione orale e del public speaking.

[Contenuti del Corso]:

- Di cosa parliamo quando parliamo di comunicazione
- Teorie e modelli della comunicazione
- Mass media e social media
- Comunicare in un mondo post digitale
- Il piano di comunicazione:
 - obiettivi
 - *personas*
 - canali
 - contenuti
 - *tone of voice*
 - misurazione
- Digital strategy e social media management
- Il public speaking. O l'arte di parlare in pubblico

[Prerequisiti]:

Non sono richiesti particolare prerequisiti o co-requisiti per seguire il corso]



[Obiettivi del Corso]:

Alla fine di questo corso, gli studenti saranno in grado di:

1. riconoscere e gestire la complessità dei sistemi e dei processi di comunicazione;
2. conoscere e utilizzare i diversi linguaggi mediali;
3. progettare e produrre testi informativi e comunicativi per i diversi ambiti culturali ed editoriali;
4. comunicare efficacemente in contesti diversi, adattando il proprio stile di comunicazione all'interlocutore di riferimento e acquisendo ulteriori abilità retoriche e argomentative, indispensabili per lo sviluppo del proprio percorso professionale.

[Programma d'esame e Metodi di Valutazione]:

Il programma d'esame è costituito dal materiale didattico presentato nel corso delle lezioni. Durante il corso verranno svolte delle esercitazioni pratiche in classe (ad es: produzione di testi; analisi di campagne comunicative; simulazione di progetti promozionali, ecc.). L'assiduità nella frequenza e il profitto acquisito con la partecipazione attiva durante tali attività laboratoriali sono gli elementi valutati dal docente per conseguire l'idoneità.

[Policy del Corso]:

La presenza è obbligatoria, e ci si aspetta una partecipazione attiva nelle discussioni e nelle attività in classe. Gli studenti stranieri o con disabilità potranno concordare un programma d'esame che tenga conto delle specificità linguistiche e delle abilità di ciascuno.

[Note Aggiuntive]:

Questo programma è soggetto a modifiche a discrezione del docente. Eventuali modifiche saranno comunicate agli studenti in anticipo.

Si prega di controllare regolarmente il sito web per eventuali aggiornamenti in merito.