Università Mercatorum
Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI AUDIOVISIVI DIGITALI

SETTORE SCIENTIFICO

L-ART/06

CFU

9

OBIETTIVI

Il corso si propone di introdurre gli studenti all'acquisizione di elementi audiovisivi digitali determinati dall'avvento del cinema, della radio, della televisione e delle incidenze.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere la transizione alle tecnologie digitali che si è dispiegata nella seconda metà del Novecento e che si è diffusa largamente anche attraverso la rete Internet, negli stessi anni aperti all'uso civile. Su questi presupposti il nostro secolo ha sviluppato una digitalizzazione pressoché completa dei media, la cui comprensione è particolarmente importante comprendere in un corso di laurea in Scienze della comunicazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione.
Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica e la ricostruzione storica della digitalizzazione, al fine di permettere allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni (esse stesse, per la loro natura, un esempio di audiovisivo digitale) e di poter usare consapevolmente le tecnologie digitali, traendone i migliori risultati.

Autonomia di giudizio.
Lo studio degli audiovisivi digitali, che vedono il grande pubblico, e lo stesso studente, in una posizione di produttore di contenuti, e non solo di spettatore, comportano responsabilità ed equilibrio; gli esempi addotti nel corso permetteranno allo studente di acquisire una responsabile autonomia di giudizio, in modo da comprendere quali strumenti sono applicabili ai temi di suo interesse, e quali sono le soluzioni più appropriate.

Abilità comunicative.
L'audiovisivo è da sempre componente forte della comunicazione e la digitalizzazione ne ha accresciuto la diffusione e le potenzialità. Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, ma anche di imparare a presentare adeguatamente i prodotti che andrà a realizzare.

Capacità di apprendimento.
La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la proposizione di videolezioni di carattere teorico insieme ad altre dedicate ad applicazioni particolarmente significative, lasciando spazio all'iniziativa degli studenti.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

54 Videolezioni + 54 test di autovalutazioneImpegno totale stimato: 54 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a una web conference
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 9 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

162 ore per lo studio individuale

LIBRO DI RIFERIMENTO

Dispense del docente.Enrico Menduni: *Radio e televisione nel XX secolo*. Bari, Laterza, 2016.

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - INTRODUZIONE AGLI AUDIOVISIVI DIGITALI

2 - DUE CONCETTI ESSENZIALI: ANALOGICO E DIGITALE

3 - IL NOVECENTO, IL SECOLO DEI MEDIA ANALOGICI. TECNOLOGIE E USI SOCIALI

4 - LA DIGITALIZZAZIONE DEI MEDIA: STAMPA, FOTOGRAFIA, MUSICA RIPRODOTTA

5 - LA DIGITALIZZAZIONE DEI MEDIA AUDIOVISIVI

6 - NASCITA DEL CALCOLATORE ELETTRONICO ANALOGICO

7 - COMPUTER IN GUERRA: GLI USI MILITARI DEI CALCOLATORI ELETTRONICI

8 - I COMPUTER MAINFRAME

9 - ICT, INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

10 - NASCITA DEL PERSONAL COMPUTER

11 - MICROPROCESSORI, ANDROIDI, CLONI

12 - IL PC: UN NUOVO STRUMENTO PER LA CRESCITA PERSONALE

13 - SISTEMI OPERATIVI, INTERFACCE, APPLICAZIONI

14 - IL COMPUTER AUDIOVISIVO E MULTIMEDIALE: SUONI, IMMAGINI, VIDEO

15 - ALLE ORIGINI DI INTERNET

16 - IL WORLD WIDE WEB

17 - LA POSTA ELETTRONICA

18 - I SITI WEB

19 - MUSICA GRATIS

20 - LE RETI DA CUI PASSA INTERNET

21 - TORRI CROLLANTI

22 - LA TELEFONIA CELLULARE

23 - VIDEOGIOCHI

24 - MONDI VIRTUALI

25 - INTERNET 2.0. IL PROTAGONISMO DELL'UTENTE. LO SPIRITO WIKI. WIKIPEDIA. I BLOG

26 - INTERNET 2.0. L'ERA DI GOOGLE

27 - INTERNET 2.0. IL COMMERCIO ELETTRONICO. DA EBAY AD AMAZON. TRANSAZIONI ON LINE SSL

28 - L'IPOD E ITUNES

29 - DAL CELLULARE ALLO SMARTPHONE. INTERNET MOBILE, ADSL, WI-FI

30 - LO SMARTPHONE, UN DISPOSITIVO MULTIFUNZIONALE

31 - UN MATRIMONIO RIUSCITO: SMARTPHONE E FOTOGRAFIA

32 - L'EDITORIA DI FRONTE A INTERNET

33 - CASE EDITRICI, LETTURA E PODCAST

34 - LA TV : DIVENTATA DIGITALE, LA RADIO - IN TRANSIZIONE

35 - IL CINEMA DIGITALE

36 - LA NUOVA SERIALITÀ NELL'EVOLUZIONE DEI SISTEMI TELEVISIVI

37 - IL FANDOM

38 - COSA SONO I SOCIAL NETWORK

39 - VIVERE CONNESSI

40 - YOUTUBE, FLICKR, INSTAGRAM

41 - TWITTER

42 - LA MUSICA DIGITALE

43 - REALTA' VIRTUALE E REALTA' AUMENTATA

44 - NETFLIX. LE NUOVE MODALITA' DI OFFERTA

45 - COMUNICARE VIA SMARTPHONE: DA SKYPE A WHATSAPP E WECHAT

46 - GLI OVER-THE-TOP

47 - INTERNET: MARKETING, DATI, ALGORITMI

48 - INTELLIGENZA ARTIFICIALE E AUDIOVISIVI DIGITALI

Il docente si riserva il diritto di modificare i titoli delle lezioni