**Pragmatica della comunicazione mediale (con modulo di Pitching e public speaking)**

Prof. Ruggero Eugeni; Prof. Marzia morteo

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di introdurre gli studenti ai metodi di analisi semiotica dei testi e dei discorsi mediali, con una specifica attenzione per quelli audiovisivi.

Al termine dell’insegnamento lo studente:

* Possiederà una buona *conoscenza e comprensione* dei concetti di fondo della Semiotica pragmatica (segno, codice, significazione, modello narrativo, testo, discorso, enunciazione, etc.) e saprà collocarli sia in termini storici che teorici all’interno del campo semiotico e delle sue evoluzioni.
* Conoscerà in modo approfondito gli sviluppi più recenti della disciplina, legati al dialogo tra semiotica pragmatica e scienze neurocognitive, e al conseguente ripensamento dei concetti di cui sopra.
* Sarà capace di *applicare* tali conoscenze all’analisi critica di prodotti mediali audiovisivi (programmi televisivi, film e serie di fiction, commercials, branded contents, etc.) e della organizzazione di eventi al fine di reperire strategie espressive e persuasive sottese alle esperienze mediali.
* Conoscerà e sarà competente nell’utilizzo dei principali software per la produzione di presentazioni grafiche, visive e audiovisive e conoscerà i workflow di produzione dei principali formati di presentazione.
* Sarà capace di *presentare* in modo efficace, persuasivo e a un livello professionale i risultati delle sue analisi con l’aiuto di adeguati sostegni visivi e audiovisivi, operando in fase di produzione scelte consapevoli e ragionate.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si compone di quattro parti.

1. Parte *teorica*: La semiotica pragmatica dei media, articolato in 10 unità didattiche: 1-2-3: Lo sviluppo storico e teorico della semiotica; L’approccio della semiotica dell’esperienza; 4: La sensazione e la percezione; 5: La collocazione ontologica dello spettatore; 6-7: Trasformazioni e architetture narrative; 8-9-10: Le relazioni dello spettatore con i personaggi, i punti di percezione, l’autore del discorso e gli altri spettatori.
2. Parte *analitica*: L’analisi delle forme del discorso e della esperienza. Applicazioni del modello di analisi introdotti nella parte precedente a specifiche forme del discorso: il commercial, il sito web, l’evento, etc. Questa parte viene condotta mediante uan divisione della classe in gruppi, e la conduzione di specifiche analisi dietro la guida del docente.
3. Parte *operativa*: *Get Involved Program*: Project work di elaborazione di progetti di comunicazione dietro brief di aziende e/o agenzie di comunicazione. Questa parte viene definita di anno in anno e presentata all’inizio del corso, in quanto nasce da partnership tra il corso di laurea CIMO e aziende, agenzie o istituzioni partner. Gli studenti che non sono interessati a partecipare a tali iniziative possono affrontare percorsi di formazione alternativi il cui programma verrà fornito dal docente all’inizio dell’anno accademico nella pagina BlackBoard del corso.
4. Parte *laboratoriale*: Laboratorio di *Pitching & Public Speaking* tenuto dalla dott.ssa Marzia Morteo, per il quale vedi programma specifico più avanti.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

R. Eugeni, *Semiotica dei media. Le forme dell’esperienza,* Carocci, Roma, 2010. *[Acquista da VP](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruggero-eugeni/semiotica-dei-media-le-forme-dellesperienza-9788843049264-209636.html)*

R. Eugeni, *Capitale algoritmico. Cinque dispositivi postmediali (più uno),* Scholè, Brescia, 2021.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruggero-eugeni/capitale-algoritmico-cinque-dispositivi-postmediali-piu-uno-9788828400769-695736.html)

R. Eugeni (a cura di), *Il primo libro di teorie della comunicazione*, Einaudi, Torino 2023

[Acquista da VP](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/il-primo-libro-di-teoria-dei-media-9788806259860-725263.html)

La bibliografia specifica per il modulo di *Pitching & Public Speaking* sarà indicata durante il corso.

La bibliografia definitiva sia per i frequentanti che per i non frequentanti verrà comunicata dal docente nella pagina BlackBoard del corso, che gli studenti sono invitati a consultare.

***DIDATTICA DEL CORSO***

1. La parte A teorica (15 ore circa) è dedicata alla Semiotica dei media e viene svolto mediante una modalità frontale tradizionale. È vivamente raccomandata la frequenza. Nel caso questa non fosse possibile, vengono messe a disposizione su Blackboard una serie di lezioni preregistrate.
2. La parte B analitica (10 ore circa), dedicata a sviluppare le capacità analitiche, viene svolta in forma seminariale alternando indicazioni del docente e esposizione di analisi da parte di gruppi di studenti. È vivamente raccomandata la frequenza. Nel caso questa non fosse possibile, viene data la possibilità allo studente non frequentante di preparare un paper autonomo (vedi sotto).
3. La parte C operativa (che impegna per circa 5 ore in presenza e altre 30 ore circa in lavoro di gruppo) viene condotta mediante alcuni incontri in presenza con i responsabili delle aziende coinvolte e con un lavoro a distanza da parte di gruppi di studenti impegnati a costruire progetti di comunicazione ad hoc. Gli studenti non frequentanti svolgono attività sostitutive (vedi sotto)
4. La parte D laboratoriale su *Pitching & Public Speaking* (20 ore) vene illustrata nell’apposito programma più avanti

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Le diverse parti del corso danno luogo a valutazioni differenti espresse in trentesimi con possibilità di lode, che convergono in unico voto finale mediante l’applicazione di un criterio di media.

In particolare: il voto della parte A e quello della parte B incidono sul voto finale per il 40 % ciascuno; il voto della parte C incide per il restante 20 %. La partecipazione alla parte D (o ad attività sostitutive) non dà luogo a voto ma solo ad approvato: nondimeno tale approvazione è necessaria per poter sostenere l’esame.

Più in dettaglio:

1. La parte teorica viene verificata mediante una prova scritta articolata in tre domande, concernente gli aspetti teorici e metodologici dell’insegnamento. Nella valutazione il docente tiene conto dei seguenti criteri: (a) chiarezza e completezza delle risposte; (b) pertinenza delle risposte rispetto alle questioni poste; (c) ricorso a esempi e casi di studio introdotti a lezione; (d) capacità di introdurre esempi personali pertinenti; (e) capacità di collegare in modo appropriato temi e argomenti affiorati in differenti sezioni del corso. La prova viene svolta un’unica volta dopo la conclusione della parte A. Gli studenti che intendessero migliorare il voto in tal modo conseguito possono integrare la prova scritta in forma orale nei normali appelli. Gli studenti che non sostengono la prova scritta in prepapello svolgono una prova orale sugli stessi argomenti e con i medesimi criteri di giudizio nel corso dei normali appelli.
2. La parte analitica viene verificata mediante le presentazioni tenute dai gruppi di studenti nel corso delle lezioni organizzate a questo fine. La valutazione di questa prova di gruppo viene effettuata dal docente tenendo conto di tre criteri: (a) qualità dei contenuti e appropriatezza dell’applicazione del metodo semiotico al caso di studio; b) qualità del pitch (compreso il rispetto dei tempi assegnati); c) partecipazione complessiva dello studente alle attività seminariali preparatorie in classe. Gli studenti che non partecipano a questa parte del corso e non svolgono quindi una presentazione concordano con il docente un caso di analisi da esporre mediante una relazione scritta di circa 30.000 caratteri da consegnare al docente almeno due giorni prima dell’appello di esame.
3. Il project work operativo dà luogo a un progetto di comunicazione che viene valutato congiuntamente dal responsabile didattico del corso, dai career advisors che organizzazione il workshop con il docente e dai responsabili aziendali che hanno commissionato il lavoro. I criteri di valutazione vengono comunicati agli studenti nella fase iniziale di briefing e riportati in un apposito documento su BlackBoard. Gli studenti che non svolgono il Project work concordano con il docente lo studio di uno dei volumi suggeriti in bibliografia oppure la partecipazione ad attività sostitutive (per esempio partecipazione a convegni o conferenze suggeriti dal docente) che saranno comunicate su Blackboard.
4. Il modulo pratico di *Pitching & Public Speaking* viene verificato nei modi specificati nell’apposito programma più avanti

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento presuppone una conoscenza generale del mondo dei media, della sua storia e del suo funzionamento; e una conoscenza di base dei principi e dei metodi del marketing. Non viene richiesta al contrario nessuna conoscneza previa della semiotica, della sua storia, dei suoi principi e dei suoi metodi di analisi.

Gli studenti sono invitati a iscriversi al gruppo Facebook Media | Experience | Semiotics *https://www.facebook.com/groups/mediaexperiencesemiotics/* che raccoglie avvisi e soprattutto spunti per la discussione in classe postati dal docente e dagli studenti.

Gli studenti che fossero, per ragioni accertabili e curriculari, impossibilitati a seguire con regolarità lo svolgimento delle lezioni dovranno prendere contatto con i docenti all’inizio dell’anno per individuare un eventuale programma d’esame integrativo o sostitutivo a quanto sopra illustrato, secondo le linee guida illustrate sopra.

Per il modulo pratico di *Pitching & Public Speaking* si veda quanto specificato nell’apposto programma più avanti

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti dopo le lezioni in presenza oppure a distanza mediante piattaforma Webex il martedì alle ore 18,30. È necessario prenotare il colloquio utilizzando il link Doodle <https://doodle.com/bp/993711213/ricevimento_studenti_eugeni> e utilizzare il link di accesso fornito dal sistema.

**Pitching e public speaking**

Prof.ssa Marzia Morteo

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si focalizzerà sull’acquisizione di conoscenze e competenze relative all’elaborazione e all’esecuzione di presentazioni grafiche, orali e audiovisive.

***BIBLIOGRAFIA[[2]](#footnote-2)***

La bibliografia sarà indicata durante il corso.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il modulo richiede la realizzazione di varie esercitazioni ed elaborati, prodotti sia in gruppo che singolarmente, da analizzare periodicamente in classe. La didattica prevede lezioni frontali, discussioni collettive su esempi mostrati in classe e attività di *peer education*. La frequenza, data la natura pratica del modulo, è da considerarsi obbligatoria, salvo casi eccezionali da concordare con il docente.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Il modulo viene verificato attraverso la partecipazione attiva alle lezioni e la valutazione degli elaborati svolti durante il modulo. Per ogni esercitazione verranno valutate l’adeguatezza del materiale prodotto, il rispetto delle indicazioni date in fase di brief, la capacità di argomentare e giustificare le scelte di comunicazione effettuate, la correttezza formale dell’elaborato, la proprietà espressiva e la padronanza del lessico specifico.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Non sono richieste particolari conoscenze pregresse di natura tecnica o grafica. Viene comunque data per acquisita la capacità di utilizzare strumenti informatici elementari e ricercare informazioni e materiali online discernerndone la qualità. All’inizio del corso verranno comunicate le modalità e le piattaforme scelte per garantire un confronto attivo e continuativo tra gli studenti.

Gli studenti che fossero, per ragioni accertabili e curriculari, impossibilitati a seguire con regolarità lo svolgimento delle lezioni dovranno prendere contatto con i docenti all’inizio dell’anno per individuare un eventuale programma d’esame integrativo o sostitutivo a quanto sopra illustrato, secondo le linee guida illustrate sopra.

*Orario e luogo di ricevimento*

La prof.ssa Marzia Morteo comunicherà orario e luogo di ricevimento all’inizio delle lezioni tramite avviso sulla bacheca della propria pagina docente e su BlackBoard.È bene preannunciare il colloquio alla mail *marzia.morteo@unicatt.it*.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)
2. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-2)