



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2020-2021

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, Storytelling e Cultura d'immagine**

Insegnamento: **Digital Sociology**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Donatella Padua**

SSD: **SPS/07**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Inglese**

PREREQUISITI

Conoscenza di livello B2 della lingua inglese.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso, erogato in lingua inglese e di impostazione interdisciplinare, consente di acquisire:

Conoscenze:

Conoscenze relative ai paradigmi della società complessa e al loro mutamento nel passaggio dall'età moderna all'era 3.0 (Digital Cultural Transformation) con particolare riguardo all'impatto della tecnologia digitale sulla società e sull'individuo; conoscenze specialistiche e strumenti relativi all'applicazione dei paradigmi teorici sociologici alle strategie di marketing digitale, con particolare attenzione ai temi del customer journey, customer engagement e customer experience, dei rapporti tra brand e stakeholders, della sostenibilità, dei sistemi organizzativi complessi, dell'evoluzione dei mercati ad opera delle piattaforme digitali, della costruzione di valore attraverso il customer engagement monetisation.

Competenze:

Competenze culturali e di mindset digitale nell'applicazione dei paradigmi sociologici quali relazione, fiducia, complessità, all'ecosistema digitale entro cui le organizzazioni sviluppano le loro strategie di digital marketing e di social media; - competenze di analisi di base tramite metodologie quantitative applicative di web analytics; - soft-skills di comunicazione orale e scritta in lingua inglese in contesti professionali manageriali, organizzativi e di team-work.

CONTENUTO DEL CORSO

Module 1: From Digital Transformation to Digital Cultural Transformation

- Digital Transformation and Digital Culture
- Cultural & Mindset Transformation and the Three Paradoxes of Change
- New Models of Social Intelligence

Module 2. Digital Transformation and Technology

- Digitization, Digitalisation, Transformation

- New technologies (Cloud Computing, IOT, AI, Blockchain, 5G)

Module 3: The Digital Ecosystem

- The relevance of understanding the context
- From Monodimensionality to Multidimensionality
- Complexity, Systems and Ecosystems

Module 4: Exploring the Digital Ecosystem via the 'Four models'

- 1st model: From Top down to Bottom up
- 2nd model: Connecting Dots
- 3rd model: Horizontality
- 4th model: Sharing

Module 5: Experience and Customer Behaviour

- The Trust Strategy
- What Customer Experience (CX) is
- CX Monetisation
- Technology and CX

Module 6: Web Analytics

- CJ and SEO
- Google Analytics

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il corso, di cui si raccomanda la frequenza, ove possibile, affronta i temi di base della Digital Sociology tramite un approccio 'blended', integrando didattica in presenza (offline o online) con podcast.

Le lezioni frontali in presenza (o online tramite piattaforma dedicata) sono interattive e, secondo una metodologia partecipativa, seguono la modalità della flipped classroom, dell'enquiry learning e delle discussioni di gruppo, anche attraverso chat (per la forma online).

Sono incluse esercitazioni in aula (fisica o virtuale) individuali e di gruppo tramite ricerca sul web e di wiki su piattaforma moodle.

Vengono svolti lavori di gruppo su casi reali in collaborazione con aziende ed Instant test per feedback rapidi sull'apprendimento.

Gli studenti sono sollecitati a lavorare in gruppo (team-work), a predisporre presentazioni efficaci comunicativamente e a presentare i loro lavori in aula in lingua inglese.

Sono previsti seminari e workshop da parte di esperti esterni di elevata professionalità ed aziende

Per studenti non frequentanti

- Accesso a tutto il materiale online (lezioni online e podcast)
- Apprendimento autonomo su bibliografia di riferimento

Nel caso in cui le condizioni generali relative all'emergenza epidemiologica lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica mista (che integrino l'insegnamento in presenza e quello a distanza) o modalità didattiche completamente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per i frequentanti (previa presenza minima del 70%)

La valutazione sarà effettuata lungo lo svolgimento del corso sulla base dei diversi esiti dei lavori di gruppo e individuali (in lingua inglese) realizzati progressivamente nell'ambito dei progetti di aula reale e virtuale. Tali valutazioni faranno media con un test scritto a risposta aperta da svolgersi durante i regolari appelli di esame.

Per i non frequentanti:

Test scritto obbligatorio (in lingua inglese o italiana) che verterà sul libro di testo. Modalità: Domande a risposta aperta.

Il risultato del test scritto rappresenta il voto finale di esame.

Tali metodi sono volti all'accertamento delle conoscenze e competenze descritte negli obiettivi formativi.

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA

TESTI DI RIFERIMENTO

Per i frequentanti

- Dispense postate sulla piattaforma LOL-webclass (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>) dal docente
- Podcast indicati dal docente
- Donatella Padua, *testo in fase di stampa sul tema della Digital Cultural Transformation*, 2020. Solo le parti che il docente indicherà.

Per i non frequentanti:

- Donatella Padua, *testo in fase di stampa sul tema della Digital Cultural Transformation*, 2020.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO¹

- K. Orton-Johnson, N. Prior, *Digital Sociology: Critical Perspectives*, Palgrave Macmillan, 2013*
- D. Lupton, *Digital Sociology*, Routledge, 2014**
- G. C. KANE, D. PALMER, A. N. PHILLIPS, D. KIRON AND N. BUCKLEY, STRATEGY, NOT TECHNOLOGY, DRIVES DIGITAL TRANSFORMATION, Becoming a Digitally Mature Enterprise.pdf accessible at https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/strategy/dup_strategy-not-technology-drives-digital-transformation.pdf
- McKinsey, MGI in 2019 accessible at: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Featured%20Insights/Innovation/Ten%20highlights%20from%20our%202019%20research/MGI-in-2019-A-compendium-of-our-research-this-year-vF.ashx>
- Open Assembly Quarterly, OAQ Report, 2019 Vol. 1, How to Thrive in the New Economy of Work, accessible online at: <https://open-assembly.com/reports/oaq-report-2019>

ALTRE INFORMAZIONI

La docente riceve su appuntamento presso il suo studio al II piano della Palazzina Valitutti o su piattaforma video online da concordare.

Le richieste vanno inoltrate via email: donatella.padua@unistrapg.it

¹ * Disponibile in formato Kindle; ** Disponibile in formato ETextbook