

OBIETTIVI FORMATIVI	OGGETTO DELL'INCARICO	SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE DI RIFERIMENTO: L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE	TITOLI DA VALUTARE
<p>Il laboratorio "Linguaggi della progettazione digitale", previsto per l'anno accademico 2018-2019, è un corso pratico che affronta lo studio e la progettazione di elementi fondamentali del panorama mediale contemporaneo come i prodotti audiovisivi seriali sviluppati su piattaforme online e i giochi digitali indirizzati ad un uso non esclusivamente ludico in relazione alle nuove forme pubblicitari e ai contenuti pensati per il marketing digitale. Le tre sezioni del laboratorio rappresentano soprattutto le forme dell'industria dell'intrattenimento contemporaneo legate ai diversi tipi di pubblicità innovativa caratterizzata dalla produzione video online e dagli user generated content. Web series e advergaming costituiscono parti importanti delle nuove professioni medial, alle quali sono legate nuove figure emergenti in pubblicità come videomaker, architetto dell'informazione, UX designer, digital</p>	<p>Svolgere n. 18 ore di didattica integrativa frontale per il laboratorio di linguaggi della progettazione digitale (Corso di laurea magistrale Compsi) e i relativi esami nell'A.A. 2018/2019 secondo le indicazioni del programma dell'insegnamento laboratoriale. L'attività consisterà in una serie di lezioni frontali ed esercitazioni pratiche all'interno del laboratorio di linguaggi della progettazione digitale che prevedano l'interazione con alcuni spot, video, videogiochi e la progettazione e la produzione di un advergame, video e i relativi spot pubblicitari.</p>	<p>Comprende gli studi sugli aspetti teorici e storici dei mezzi di comunicazione audiovisivi, in particolare cinema e televisione, ma per estensione anche gli ambiti espressivi e comunicativi collegati, come la fotografia e le nuove tecnologie visuali, con attenzione rivolta sia alla dimensione diacronica sia a quella sincronica (il linguaggio audiovisivo, le forme di produzione e consumo etc.) sia alle tecniche e alle finalità particolari di alcune tipologie di prodotto, quali i documentari e filmati a carattere scientifico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinenza della laurea conseguita dai candidati; - Possesso e pertinenza del Dottorato di ricerca; - Possesso di altri titoli <i>post lauream</i> rilasciati dalle Università in relazione al settore scientifico-disciplinare oggetto dell'incarico; - Possesso di pubblicazioni e titoli scientifici in relazione al settore scientifico-disciplinare oggetto dell'incarico; - Precedenti incarichi universitari attinenti al settore scientifico-disciplinare oggetto dell'incarico; - Attività professionali congruenti con il settore

<p>strategist, crossmedia producer, urban game design specialist. Il laboratorio intende far acquisire agli studenti le conoscenze e le pratiche utili per realizzare vari prodotti pubblicitari e informativi in forma breve (e non) come web series, advergaming, spot, videoclip, lipdub, documentari, promo, cortometraggi, videogiochi, servizi televisivi. Il laboratorio è suddiviso in tre parti:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Introduzione al linguaggio audiovisivo multimediale. Le forme della regia e del videomaking; la gestione della costruzione di un prodotto video a scopo pubblicitario, ludico, informativo. La narrazione seriale, storytelling e sceneggiatura.2. Progettare, produrre e distribuire video, spot di una web series. Le web series come forme narrative, ludiche, pubblicitarie, informative e promozionali.3. Il campo videoludico e gli advergaming. Progettare e produrre un advergaming attraverso video, spot e promo.			<p>scientifico-disciplinare oggetto dell'incarico; - Abilitazione scientifica nazionale conseguita nel settore scientifico-disciplinare oggetto dell'incarico</p>
--	--	--	---