



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

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

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**

Anno Accademico 2021-2022

PREREQUISITI

Conoscenza di livello B2 della lingua inglese.

OBIETTIVI FORMATIVI

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

Conoscenze e comprensione:

- Conoscenze relative ai paradigmi della società complessa e comprensione del loro mutamento nel passaggio dall'età moderna all'era 3.0 (Digital Cultural Transformation) con particolare riguardo all'impatto della tecnologia digitale (es. AI, IOT, 5G) sulla società e sull'individuo;
- conoscenze specialistiche e comprensione degli strumenti relativi all'applicazione di modelli e strumenti di Digital Sociology volti alla misurazione a livello macro, meso, micro della Digital Transformation nelle istituzioni che operano nell'ambiente digitale: dai paradigmi di coinvolgimento delle piattaforme crowdsourcing agli ecosistemi dei customer journeys, ai modelli organizzativi orizzontali e di sharing.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione:

- in ambito culturale 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 Trasformazione Digitale;
- nell'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
- Technology and CX

Module 6: Web Analytics

- CJ and SEO
- Google Analytics

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

La didattica del corso, erogato in lingua inglese, segue una modalità sincrona (in presenza o online o mista, in relazione alle condizioni pandemiche da Coronavirus) ed asincrona, tramite podcast.

Le lezioni frontali in presenza (o online/miste 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, se in forma online.

Ogni lezione è impostata con una parte teorica ed una pratica applicativa, tramite lavori in aula (fisica o virtuale) individuali e di gruppo (mini-teams) anche tramite metodologia esplorativa sul web e collaborativa wiki su piattaforma moodle.

Vengono svolti lavori di gruppo su casi reali in collaborazione con istituzioni (pubbliche, private, governative, media) ed Instant test per feedback rapidi sull'apprendimento a cadenza settimanale.

Gli esiti dei lavori di gruppo vengono presentati in aula: gli studenti sono stimolati a predisporre presentazioni efficaci comunicativamente e a presentare i loro lavori in aula in lingua inglese.

Sono previsti seminari e workshop o webinar da parte di esperti esterni di elevata professionalità quali occasioni di approfondimento ed applicazioni pratiche.

Per studenti non frequentanti

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

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti: (70% presenze*).

- Lavori di Gruppo svolti durante il corso: 30% della valutazione finale

- Partecipazione: wikis, chats, risposte individuali (40% della valutazione finale). La partecipazione a ciascuna attività consente l'acquisizione di Badges, sulla quale la partecipazione individuale viene valutata. La valutazione è come segue: 100% delle interazioni = voto 30; 90% = 29; 80% = 28; 70% = 27 ; 60%= 26; 50%=25; a seguire.
- Esame (30% della valutazione finale) – Test scritto a risposta multipla (o test orale a distanza in base alle regole imposte dalla pandemia).

Per studenti non frequentanti:

- Test a risposta multipla/vero/falso, risposta aperta (o test orale a distanza in base alle condizioni pandemiche) su argomenti della bibliografia di esame.

*La copertura del 70% delle lezioni sarà basata sulla partecipazione, che sarà sempre verificata tramite la partecipazione alle attività registrate sulla piattaforma Unistrapg LOL Moodle. Tutte le lezioni richiedono discussioni, risposte a domande, dialogo che verrà svolto in forma scritta.

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

Bibliografia di esame per frequentanti*:

- Padua D., *The Digital Transformation Social Mindset*, Springer Nature, 2021
- Contenuti Slides

Bibliografia per studenti non frequentanti:

- Padua D., *The Digital Transformation Social Mindset*, Springer Nature, 2021
- White paper: *The Era of Living Services* by Fjord-Accenture Digital - Fino a Chapter 6 incluso.

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 nel canale indicato dalla segreteria.

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

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