

Titolo insegnamento: Dai media tradizionali ai social network: come e cosa comunicare?		
Titolo insegnamento (inglese)		
CFU 6 (42 ORE)	SSD SPS/08	a.a. 2020-2021
Corso di Laurea in SCIENZE GASTRONOMICHE MEDITERRANEE		
Docente Luciano Pignataro	Tel. 339 4646799	Email luciano.pignataro@unina.it

Anno di corso: secondo e terzo

Semestre: Secondo

Insegnamenti propedeutici previsti dal regolamento in vigore: nessuno

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione
<p>Come scegliere un ufficio stampa? Come usare i social network? Come relazionarsi con i media tradizionali e con quelli specializzati? Nella società globale la comunicazione della propria attività è parte integrante di qualsiasi lavoro e la concorrenza su questo campo è diventata spietata. Ma cosa e come comunicare? Il corso affronta la profonda trasformazione che il mondo enogastronomico ha dovuto affrontare negli ultimi vent'anni. In particolare il passaggio dalla cultura dei media tradizionali (giornali, tv e radio) ai social network, ciascuno dei quali ha le proprie specificità.</p>
Conoscenza e capacità di comprensione applicate
<p>Alla fine del corso lo studente avrà un quadro completo del panorama del mondo della comunicazione italiano e in gran parte internazionale. In particolare la possibilità di capire le profonde differenze di contenuti e linguistiche da adottare di fronte ai diversi strumenti comunicativi e dunque migliorare i propri criteri di investimento nel settore al fine di valorizzare al massimo il proprio lavoro</p>
Eventuali ulteriori risultati di apprendimento attesi, relativamente a:
<p>Autonomia di giudizio: capire come orientarsi nella valanga di proposte che ogni giorno vengono avanzate da più parti, dai "finti premi" a pagamento al posizionamento Ceo del proprio sito o alle proposte pubblicitarie tradizionali.</p> <p>Abilità comunicative: essere il primo protagonista della propria comunicazione in prima persona prima di delegare ad altri i messaggi essenziali.</p> <p>Capacità di apprendimento: saranno fornite indicazioni precise su testi da consultare e siti da seguire per tenersi aggiornati nel proprio campo di competenza.</p>

PROGRAMMA

Parte I
<p>Da Veronelli a Soldati, nascita della critica enogastronomica italiana. La nascita del Gambero Rosso e di Slow Food. Il ruolo delle principali associazioni di categoria (Ais, Assoenologi, Fisar, Onav, Federazione Cuochi etc). Il rapporto fra l'enogastronomia e i media tradizionali. La partecipazione alle Fiere più importanti (Vinitaly, Merano, Cibus). L'enogastronomia in Tv: da Ave Ninchi a Masterchef</p>

Dai media tradizionali ai social network:

Parte II

I nuovi mezzi di comunicazione: temi e caratteristiche: Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram. Il ruolo degli uffici stampa e le loro specificità: cosa chiedere a chi comunica il nostro lavoro e quando dobbiamo essere noi stessi a comunicare in prima persona. Esercitazione pratica: come fare un comunicato stampa, come scrivere un post che interessa nei diversi social. Cosa evitare di comunicare, quale comportamento tenere nei social.

MATERIALE DIDATTICO

Durante le lezioni saranno consigliati testi di approfondimento.

2

FINALITÀ E MODALITÀ PER LA VERIFICA DI APPRENDIMENTO

Modalità di esame:

Al fine di verificare l'apprendimento dello studente, si intende comprovare l'effettivo conseguimento dei risultati di apprendimento attesi di cui Le modalità di accertamento e di verifica constano di una prova scritta con le specifiche di seguito indicate.

Solo prova scritta	
<i>Numero di domande a risposta multipla</i>	30
<i>Tempo medio per prova scritta</i>	60 minuti
Valutazione prova scritta	Ogni risposta corretta vale 1 punto, risposta errata o mancante 0 punti. Per il superamento dell'esame occorre rispondere in modo corretto ad almeno 18 domande

NOTE DEL DOCENTE

Devono intercorrere almeno 30 giorni tra un esame non superato e l'ammissione dello studente alla successiva seduta di esame.

Dai media tradizionali ai social network: