



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Culture e società
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2020/2021
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2021/2022
CORSO DILAUREA	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PER I MEDIA E LE ISTITUZIONI
INSEGNAMENTO	TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA
TIPO DI ATTIVITA'	B
AMBITO	50087-Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione
CODICE INSEGNAMENTO	07520
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	SPS/08
DOCENTE RESPONSABILE	RIZZUTO FRANCESCA Professore Associato Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI	
CFU	9
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	165
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	60
PROPEDEUTICITA'	
MUTUAZIONI	
ANNO DI CORSO	2
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	RIZZUTO FRANCESCA Martedì 10:00 12:00 edificio 15, piano 6, stanza 605

DOCENTE: Prof.ssa FRANCESCA RIZZUTO

PREREQUISITI	Gli studenti dovranno possedere conoscenze di base sulle principali teorie della comunicazione pubblica, sui modelli di giornalismo e sulla storia dell'interazione politica, media cittadini in Italia.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	Conoscenza e capacita' di comprensione: Conoscenza dei circuiti della comunicazione istituzionale in Italia: gli attori sociali coinvolti, i canali e le strategie discorsive. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione: Sviluppare competenze per l'applicazione sui testi delle specificita' dei linguaggi della comunicazione pubblica, in base alle trasformazioni della normativa. Autonomia di giudizio: Incrementare la capacita' di valutare criticamente l'efficacia delle campagne di comunicazione pubblica, con particolare attenzione all'evoluzione delle dinamiche di interazione tra cittadini e istituzioni in Italia. Abilita' comunicative: Attraverso la presentazione e la discussione in classe di casi specifici, lo studente acquisira' un linguaggio settoriale utile per incrementare l'efficacia dei testi scritti e delle presentazioni orali. Capacita' di apprendimento: Il corso mira a sviluppare la consapevolezza e le capacita' di lettura critica degli studenti per permettergli di comprendere l'evoluzione del diritto all'informazione in Italia.
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	Gli apprendimenti verranno verificati e valutati attraverso una prova scritta volta ad accertare il possesso delle conoscenze, la comprensione degli argomenti oggetto del corso e le capacita' critiche dello studente. Il punteggio massimo (30/30) si ottiene se si lo studente mostra spiccata capacita' di corretta analisi dei contenuti, applicando le conoscenze a casi concreti in modo sintetico ed efficace.
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso si pone l'obiettivo di fornire le conoscenze di base sui principali approcci teorici riguardanti la comunicazione pubblica, focalizzando l'attenzione sull'evoluzione dell'interazione tra Stato e cittadini in Italia. In particolare, verra' approfondito il tema della visibilita' del potere nell'era dei media, in relazione all'affermazione del giornalismo digitale e delle derive populistiche in molti sistemi democratici.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali con l'ausilio di supporto multimediali.
TESTI CONSIGLIATI	1. Ducci G., Relazionalita' consapevole. La comunicazione pubblica nella societa' connessa, Franco Angeli, Milano, 2017 2. Mazzoleni G. (a cura di), Introduzione alla comunicazione politica, Il Mulino, Bologna, 2021. 3. Dal Lago A., Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra, Raffaello Cortina editore, 2017.

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
3	Definizioni di comunicazione pubblica
3	Dal regno al cittadino: la comunicazione pubblica nei sistemi democratici europei
3	Giornalismo e diritto all'informazione: la nascita dell'opinione pubblica
3	Da Habermas alla sfera pubblica globale
3	Visibilita' del potere e processi di modernizzazione: l'impatto di mass e personal media
3	Modelli di comunicazione pubblica in Italia
3	La legge 150/2000. Funzioni, strutture e professionalita
3	Interazione tra media e politica in Italia
3	Il giornalismo politico e l'informazione istituzionale
3	Il portavoce
3	Media digitali e PA
3	La politica pop in Italia
3	Social media e politica
3	La comunicazione politica populista
3	Internet e democrazia
3	URP e Ufficio stampa
3	La comunicazione istituzionale nelle emergenze
3	La comunicazione sociale
3	Il comunicato stampa
3	Comunicazione efficace in pubblico