



Università  
per Stranieri  
di Perugia

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria, Relazioni internazionali e cooperazione allo sviluppo, Promozione dell' Italia all'estero**

Laboratorio: **Informazione e transmedialità**

Semestre: **II**

Docente: **Prof. Rolando Marini**

Esperti: **Dr. Marcello Miglioni**

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **38 ore di lezioni frontali, 37 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

**Programma per lavoratori studenti**

**Anno Accademico 2013-2014**

## **PREREQUISITI**

---

Conoscenze di base sui mezzi di informazione e sul giornalismo.

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Competenze professionali di analisi del mercato dell'informazione a livello multimediale. Competenze professionali di progettazione e realizzazione di un prodotto-programma informativo.

## **CONTENUTI DEL CORSO**

---

### **PRIMO MODULO**

Prof. Rolando Marino

- A) IL PRODOTTO INFORMATIVO NEL MERCATO EDITORIALE
- B) Il laboratorio intende offrire agli studenti un percorso di formazione a carattere eminentemente pratico-esercitativo nel campo della creazione di contenuti per l'informazione di tipo globale a livello dei vari media, con impostazione cross-mediale e con particolare riguardo alla programmazione televisiva multi-piattaforma. Più esattamente, l'area di interesse riguarda:  
l'informazione sui territori e le comunità locali, con finalità di:
  - a) marketing territoriale;
  - b) promozione degli eventi culturali;
  - c) informazione di cittadinanza (a livello cittadino, regionale, europeo. Tutti tali tipi si intendono come destinati, in vario modo, a pubblici internazionali; la progettazione e creazione di contenuti e formati audiovisivi per vari ambienti comunicativi.

### Primo modulo (20 ore)

Analisi di campo del sistema informativo locale a livello multimediale, con particolare riferimento alle testate, alle emittenti, ai siti, ai palinsesti, ai programmi, ecc. Ricognizione delle caratteristiche e delle strategie degli

attori che operano nei vari settori.

Individuazione dei punti di forza e delle criticità a livello organizzativo, ideativo, produttivo, distributivo.

Raccolta di testimonianze qualificate dai mondi locali dell'informazione multimediale, della promozione culturale, del marketing territoriale, dell'informazione europea di cittadinanza..

Avviamento alla progetti concernenti la predisposizione di contenuti e l'elaborazione di formati innovativi nel campo dell'informazione globale.

### Secondo modulo (18 ore)

Il mondo operativo dell'informazione multimediale globale: conoscenza degli ambienti, degli attori e dei mezzi tecnici.

Supporto alla realizzazione di progetti concernenti la predisposizione di contenuti e l'elaborazione di formati innovativi nel campo dell'informazione globale.

Individuazione del rapporto ottimale tra finalità progettuali, linguaggi e mezzi tecnici. Abalisi, correzione e messa a punto dei progetti individuali.

Realizzazione dei singoli progetti. Valutazione *in itinere* e valutazione finale.

### **METODI DIDATTICI**

---

Esercitazioni guidate.

### **SVOLGIMENTO DEI SEMINARI**

---

Esercitazioni guidate con frequenza obbligatoria.

### **TIPO DI ESAME**

---

Valutazione del lavoro di esercitazione.

### **TESTI DI RIFERIMENTO**

---

Lavoratori studenti frequentanti

Murialdi P., Come si legge il giornale, Laterza.

Calabrese O., Volli M., Come si vede il telegiornale, Laterza.

Fleischner E., Il paradosso di Gutenberg. Dalla crossmedialità al media on demand, Rai-Eri, collana Zone, 2007.

Arvidson A., Delfanti A, Introduzione ai media digitali, Il Mulino, 2013.

Barca F. (a cura di), Le Tv invisibili. Storia ed economia del settore televisivo locale in Italia, Rai-Erii, collana Zone, 2007.

### **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

---

Letteratura "grigia" di ricerca empirica sui sistemi dell'informazione locale

### **ALTRE INFORMAZIONI**

---