



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 1/4

<input type="radio"/> PROF.	NOME	GIULIA
<input checked="" type="radio"/> PROF. SSA	COGNOME	PORCEDDU
	E-MAIL	g.porceddu@accademia.firenze.it

DATI CORSO

CORSO DI	INFORMAZIONE PER L'ARTE MEZZI E METODI		
DOCENTE LIVELLO			
INDIRIZZO	Exhibit Design		
SEMESTRE	<input type="radio"/> PRIMO	<input checked="" type="radio"/> SECONDO	
CREDITI FORMATIVI	(CFA)		
TIPOLOGIA DI CORSO	Teorico		
AULA	A35		
GIORNI E ORARI DELLE LEZIONI	AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]	
LUNEDÌ	/	/	
MARTEDÌ	/	15:00 / 18:30	
MERCOLEDÌ	/	/	
GIOVEDÌ	/	/	
VENERDÌ	/	/	
SABATO	/	/	

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Descrizione:

Gli obiettivi formativi principali sono i seguenti:

- Sensibilizzazione e consapevolezza ambientale: formare studenti capaci di comprendere le cause e le conseguenze del cambiamento climatico, integrando queste conoscenze per promuovere un cambiamento positivo nella società.
- Sviluppo di competenze interdisciplinari: favorire l'uso dell'arte come mezzo per comunicare e affrontare temi complessi come la crisi climatica, combinando linguaggi artistici con strumenti scientifici, tecnologici e narrativi /tecniche di comunicazione)
- Capacità di comunicazione e coinvolgimento: sviluppare strategie di comunicazione efficaci ed integrate.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 2/4

PROGRAMMA DEL CORSO

Descrizione:

Il corso esplora il ruolo dell'arte nel contesto della crisi climatica, analizzando le intersezioni tra creatività, scienza e attivismo. Si focalizza sullo sviluppo di linguaggi artistici innovativi per comunicare pratiche artistiche ed emergenze ambientali, nel contesto del dibattito sull'Antropocene e sulla decolonizzazione dello sguardo, promuovendo un approccio transdisciplinare che integra tecniche tradizionali e digitali. L'obiettivo del percorso consiste nel fornire un sistema di conoscenze, tecniche e metodologie capaci di mappare e coinvolgere l'ecosistema dinamico della comunicazione nel contesto delle funzioni gestionali/comunicative delle organizzazioni, con particolare riferimento al settore delle arti e della cultura, sia profit che non profit. Indagando con un approccio multidisciplinare i diversi scenari concettuali, grazie a contributi afferenti alle discipline sociali, scientifiche, umanistiche, come le neuroscienze sociali, i media studies, il pensiero filosofico, la teoria della complessità e dei network, il marketing della cultura, l'economia e il management, lo studente raggiungerà una solida comprensione delle dinamiche attuali segnate dalle sfide globali (e relativi obiettivi di sviluppo sostenibile) e dall'industria 4.0, dall'accelerazione delle ICT e dall'AI, ponendosi come soggetto comunicativo attivo nel costruire cooperazione e partnership strategiche grazie all'attivazione di legami autentici e reciproci con tutti gli stakeholder dell'organizzazione in chiave di responsabilità, trasparenza e accountability.

MODALITÀ DELLA DIDATTICA

Descrizione:

Le modalità della didattica per il corso prevedono un approccio integrato che combina lezioni teoriche con l'elaborazione di un project work. Le lezioni teoriche saranno strutturate per fornire agli studenti una solida base di conoscenze, attraverso spiegazioni approfondite, analisi di casi studio e discussioni interattive. Parallelamente, l'elaborazione del project work consentirà agli studenti di applicare le competenze acquisite in un contesto pratico, favorendo lo sviluppo di capacità analitiche, creative e progettuali. Questo approccio mira a garantire un apprendimento completo e stimolante, che unisce teoria e pratica per una formazione efficace e orientata al risultato.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 3/4

TIPOLOGIA DI VERIFICA FINALE

TIPOLOGIA

Esame teorico

Descrizione:

L'esame consiste nella presentazione del progetto elaborato durante il corso assieme ai keynote presentati delle lezioni e alla bibliografia.

BIBLIOGRAFIA PER L'ESAME

Bibliografia

- M., R. Fowkes, Arte e Cambiamento climatico, Ed. Scheiwiller, 2022
- Giulia Pordd, L'impatto dell'arte. Ricerche sul contemporaneo e strategie di impresa, Postmedia, 2020
- G. Boccia Artieri, Colombo, Gili, Comunicare. Persone, relazioni, media, Laterza, Bari 2022
- S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Bari 2019
- G. Comin (a cura di), Comunicazione integrata e reputation management, Luiss, 2019
- Byung-Chul Han, Infocrazia, Le nostre vite manipolate dalla rete, Einaudi 2023
- Alessandro Bollo, Il marketing della cultura, Carocci, Roma 2018
- Philip Kotler, Marketing 5.0. Tecnologie per l'umanità, Hoepli, 2021
- Philip Kotler, Marketing 4.0. Dal Tradizionale al digitale, Hoepli, 2017
- Mazzù, Marco Francesco; Baccelloni, Angelo, Arts Marketing: strumenti e modelli manageriali per la valorizzazione dei beni culturali, Maggioli 2023
- P. Battiston, La responsabilità di rete. Network, economia e società, Il Mulino, Bologna 2021
- Luciano Floridi, La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo, Raffaello Cortina Editore, Milano 2017
- D. Haraway, Chthulucene. Sopravvivere su un pianeta infetto, Nero, 2019

ax 29 righe



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 4/4

**STRUMENTI PER STUDENTI CON
DISABILITÀ E/O DSA**

Descrizione:

Il corso prevede:

- Materiale didattico accessibile: verranno fornite di dispense e contenuti digitali in formati adattati (PDF accessibili, audiolibri, testi semplificati).
- Valutazione inclusiva: Modalità di esame personalizzate (orale o scritta) in linea con le esigenze dello studente.

STUDENTI ERASMUS

Descrizione:

Gli studenti Erasmus valuteranno con il docente testi e documenti in linea con il proprio percorso.

RICEVIMENTO DOCENTE

MODALITÀ	<input type="radio"/> IN SEDE	AULA	<input checked="" type="radio"/> ONLINE
GIORNI E ORARI DI RICEVIMENTO		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
<u>LUNEDÌ</u>		/	/
<u>MARTEDÌ</u>		/	/
<u>MERCOLEDÌ</u>		/	/
<u>GIOVEDÌ</u>		/	/
<u>VENERDÌ</u>		/	15:00 / 15:00
<u>SABATO</u>		/	/