

TEMI DISPONIBILI PER ARGOMENTI FINALIZZATI ALL' ELABORATO FINALE
LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA' (LM 59) A.A. 2014/2015

Docente	Disciplina	Temi disponibili
STEFANO BOCA	Psicologia Sociale	<ul style="list-style-type: none"> - Stereotipo e pregiudizio etnico nella comunicazione - Differenze di genere e loro rappresentazione nella comunicazione pubblicitaria - Realtà e miti nella comunicazione subliminale
ROBERTA COGLITORE	Teoria della Letteratura	<ul style="list-style-type: none"> -Letteratura e cultura visuale -Teoria dell'autobiografia. -Studi culturali
GIUSEPPE PATERNOSTRO	Analisi dei testi pubblici e pragmatica della comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicazione istituzionale: semplificazione dei testi e della filiera comunicativa - Il discorso politico in Italia (sia nelle sedi istituzionali sia nei media) - La comunicazione nel web: generi discorsivi e forme di interazione
SALVO VACCARO	Filosofia Politica	<ol style="list-style-type: none"> 1) Autori e concetti della filosofia politica 2) Governamentalità globale
FABIO MASSIMO LO VERDE	Sociologia dei consumi e degli stili di vita	<ul style="list-style-type: none"> - Mutamenti nei consumi in Italia dal dopoguerra ad oggi - Stratificazione sociale e consumi nel tempo libero - La pratica sportiva: forme, significati, tipologie
ANGELO PANTINA	Design, Packaging, Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> -Progettazione di prodotti e sistemi oggettuali e non oggettuali che svolgano in pieno le loro funzioni pratiche ed estetiche, concepiti e articolati in tutte quelle caratteristiche funzionali, fisiche, tecniche, estetico- formali e comunicative, che ne determinano gli aspetti qualitativi in relazione all'uso e alle possibilità tecnologiche e produttive. Il tema dei consumi alimentari sostenibili. <i>Packaging</i> per prodotti enogastronomici. Prodotti tipici e turismo enogastronomico.

		<i>Design</i> sistemico nel Parco delle Madonie.
DARIO MANGANO	Semiotica della Pubblicità	<p>1) Analisi della comunicazione pubblicitaria volta a chiarire il funzionamento semiotico e strategico di corpus di artefatti comunicativi di varia natura (spot, annunci ma anche logo o intere campagne pubblicitarie). Si può anche pensare di utilizzare l'ambito pubblicitario come campo di analisi a partire dal quale affrontare questioni teoriche come ad es. le passioni, le valorizzazioni, le strutture narrative etc.</p> <p>2) Design e oggetti. Rientrano in questa tematica le analisi di specifici prodotti o di gruppi di essi. L'obiettivo è quello di chiarire il funzionamento semiotico dei prodotti e dunque le strategie comunicative implicite di cui si fanno di volta in volta portatori, anche in funzione dell'elaborazione di campagne pubblicitarie che li riguardano.</p> <p>3) L'evoluzione della pubblicità in rapporto alle trasformazioni dei media. Rientrano in tale tematica le analisi di forme innovative di promozione pubblicitaria che sfruttano in vario modo la rete.</p>
PAOLO DI BETTA	Economia e gestione delle imprese	<p>1. Qualsiasi tema di economia e gestione delle imprese, applicato al settore profit o non profit</p> <p>2. Qualsiasi tema del marketing strategico, applicato al settore profit o non profit</p> <p>3. Qualsiasi tema del marketing operativo, applicato al settore profit o non profit</p>
ANTONINO MARIO OLIVERI	Teoria e tecniche del sondaggio di opinione	<p>1) Problemi di campionamento nello svolgimento delle indagini sul campo</p> <p>2) La gestione dell'errore nelle indagini sociali</p> <p>3) La "misurazione" degli atteggiamenti e delle opinioni</p>

		<p>4) L'analisi della soddisfazione dei turisti</p> <p>5) L'analisi dell'impatto percepito del turismo</p> <p>5) La soddisfazione degli utenti interni delle organizzazioni pubbliche e private</p> <p>6) La misurazione della "capacità comunicativa"</p>
GIOACCHINO FAZIO	Economia Applicata – (Corso avanzato)	<p>1. Il capitale civico in Italia ed in Europa</p> <p>2. Open e closed innovation</p> <p>3. Incidenza del settore manifatturiero, agroalimentare e turistico sull'economia Sicilia</p>
RAIMONDO INGRASSIA	Organizzazione delle Risorse Umane	<p>1) Teoria dell'organizzazione e sue applicazioni settoriali</p> <p>2) Organizzazione, management e risorse umane nelle amministrazioni pubbliche e nelle aziende non profit</p> <p>3) Gestione del personale e comportamento organizzativo</p>
MARCELLO ORLANDO CANZIO	Tecniche creazione spot pubblicitario	<p>1) Pubblicità: strategie, soluzioni, tendenze</p> <p>2) Costruzione e comunicazione relative ad eventi, con particolare riferimento a quelli di ambito enogastronomico</p> <p>3) I linguaggi dell'audiovisivo pubblicitario</p>
MAURILIO CARACCI	Marketing delle imprese pubblicitarie	<p>1. Qualsiasi tema relativo alle ricerche di marketing applicate, in particolare, all'area della comunicazione d'impresa</p> <p>2. Qualsiasi tema del marketing strategico, con specifico riferimento agli aspetti relativi alla comunicazione d'impresa</p> <p>3. Qualsiasi tema che riguardi la gestione operativa della comunicazione applicata al settore profit o non profit.</p>
GIOVANNI FRAZZICA	Tecniche di consultazione degli utenti	<p>- Il ruolo della consultazione degli utenti nel processo di policy making.</p> <p>- Strumenti e metodi di consultazione: analisi delle criticità.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Servizi e customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. - Svolgimento di una ricerca orientata a conoscere la soddisfazione degli utenti di un determinato servizio e individuazione degli spunti di miglioramento.
AURELIO ANGELINI	Sociologia del Territorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo sostenibile: strategie internazionali e politiche locali 2. La gestione sostenibile delle città: rifiuti, mobilità, parchi, ecc. 3. Cambiamenti climatici: produzione di energia e strategie politiche
ALESSANDRA DINO	Sociologia della Devianza	<ul style="list-style-type: none"> -Violenza simbolica e potere della parola -Crimine e mass media Stigma, pregiudizio ed esclusione sociale -Istituzioni totali e strumenti di controllo -La costruzione sociale del genere -La funzione sociale del malinteso -Simboli e strumenti comunicativi nei contesti criminali
MARILENA MACALUSO	Sociologia Politica	<ol style="list-style-type: none"> a) Partecipazione e comunicazione politica (democrazia deliberativa, movimenti sociali, tecniche di consultazione pubblica, nuovi media e politica online, etc.); b) Mafie, politica e sistemi criminali; c) Tecniche di rilevazione non standard per l'analisi dei fenomeni politici e lo studio della socializzazione politica.
ORAZIO GAMBINO	Informatica per la comunicazione istituzionale e d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi dell'usabilità per i siti web - Analisi di accessibilità per siti istituzionali europei - Analisi di accessibilità per i social network