

Seminario di Crowdsourcing and crowdfunding

PROF. IVANA PAIS

[Il corso è mutuato dalla Facoltà di Scienze linguistiche e letterature straniere con la denominazione “*Seminario di audiovisivi per la comunicazione aziendale*”]

OBIETTIVO DEL CORSO

Il seminario si propone di approfondire le logiche e le principali pratiche di crowdsourcing e crowdfunding. Al termine del seminario, gli studenti saranno in grado di: individuare le principali logiche di azione connettiva; analizzare e discutere criticamente punti di forza ed elementi di criticità associati a queste pratiche.

PROGRAMMA DEL CORSO

Il seminario è articolato in tre moduli. Il primo modulo introduce le logiche dell’azione connettiva e le dinamiche di costruzione e coltivazione delle comunità digitali; il secondo modulo approfondisce le pratiche di crowdsourcing e il terzo quelle di crowdfunding. Per entrambi, l’analisi si soffermerà su: i fattori costitutivi e i modelli; il ruolo e le modalità di funzionamento delle piattaforme; la strategia di comunicazione digitale; la costruzione e coltivazione di una community; la valutazione delle campagne. Per ogni tema affrontato verranno messe in luce le specificità dell’esperienza italiana rispetto a quella internazionale.

BIBLIOGRAFIA

La bibliografia per gli studenti *frequentanti* verrà fornita a lezione.

Per i *non frequentanti*:

I. PAIS-P. PERETTI-C. SPINELLI, *Crowdfunding. La via collaborativa all’imprenditorialità*, Egea, Milano, 2014.

DIDATTICA DEL CORSO

Lezioni frontali, testimonianze di esperti, discussione di casi studio, project work.

METODO DI VALUTAZIONE

La valutazione del corso sarà effettuata attraverso colloquio orale. I frequentanti potranno integrare la prova con un project work individuale o di gruppo.