

DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING
CALENDARIO DELLE LEZIONI 2018/2019

L'offerta didattica dedicata agli allievi del primo anno del Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing si compone, per la prima parte (marzo-aprile), di lezioni frontali sulle tematiche caratterizzanti ciascuno dei tre Curricula; nella seconda parte (maggio-giugno), sono previsti moduli maggiormente caratterizzanti rispetto a temi e strumenti di ricerca delle Scienze della comunicazione, della Metodologia delle scienze sociali e del Marketing.

Per ogni lezione, è disponibile un Syllabus [consultabile a questo link](#) (in costante aggiornamento), che consente di individuare i quadri teorici e metodologici di riferimento e i collegamenti entro e tra i tre Curricula, oltre a fornire una bibliografia utile all'inquadramento e all'approfondimento delle tematiche trattate.

Alla didattica frontale si aggiungono tre diversi tipi di occasioni formative, di seguito contraddistinte con un colore specifico:

- congressi e seminari organizzati dal Dottorato, dalla Scuola, dal Dipartimento, dall'Ateneo o da altre Università, selezionati per profilo scientifico degli oratori e trasversalità delle tematiche affrontate;
- una parte dell'offerta laboratoriale del Corislab (<https://web.uniroma1.it/corislabs/>), selezionata per coerenza tematica e compatibilità temporale rispetto alle lezioni frontali (N.B. la partecipazione ai laboratori CorisLab è comunque subordinata all'iscrizione online, e dipende dal numero di posti a disposizione);
- alcuni incontri con docenti stranieri che saranno ospiti del CoRiS e potranno rappresentare momenti di apertura internazionale su temi di comune interesse.

Lun 4 marzo	10.30-13.30	Fasanella	Il paradigma indiziaro nelle scienze sociali
	14.30-18.00	Sabetta	La sociologia dell'inavvertito e l'interpretazione "in contropelo" della realtà sociale
		Brekhus	The Sociology of Markedness and Unmarkedness (I) - Social Marking, Identity, and the Extraordinary: The Cultural Framing of Attention and Inattention
Mar 5 marzo	9.00-16.30	What is Done When Nothing Special is Being Done: Social Theory and the Power of the Unmarked – A Sociological Symposium (Centro Congressi)	
Mer 6 marzo	9.00-13.30	What is Done When Nothing Special is Being Done: Social Theory and the Power of the Unmarked – A Sociological Symposium (Centro Congressi)	
Gio 7 marzo	10.00-13.30	Sato	Trajectory Equifinality Approach (Aula Mauro Wolf)
Lun 11 marzo	10.30-13.30	Pezzini	Struttura e ruolo dei linguaggi nella comunicazione
	14.30-17.30	Brekhus	The Sociology of Markedness and Unmarkedness (II) - A Sociology of the Unmarked: Studying the Power of the Normative, Ordinary, and Taken-for-Granted
Mar 12 marzo	10.30-13.30	Marini	Teorie sul rapporto tra media e società: linee di sviluppo e riflessioni critiche
	14.30-17.30	Sarrica	Svolte discorsive, narrative e retoriche in psicologia: la riscoperta della società
Mer 13 marzo	10.00-13.30	Migrazioni e Sociologia Europea tra identità e sicurezza	
Lun 18 marzo	10.30-13.30	Marinelli	Modelli di rete (Internet) / modelli di società
Mar 19 marzo	10.30-13.30	Lombardo Sabetta	Problemi della concettualizzazione nelle scienze sociali: il caso delle classificazioni sociali inavvertite
	14.30-17.30	Brekhus	The Sociology of Markedness and Unmarkedness (III) - Marking the Unmarked: Practices for Studying Unmarked Power and Privilege
Mer 20 marzo	14.30-17.30	Dezi	L'impresa: fenomeno economico e teorie interpretative
Lun 25 marzo	10.30-13.30	Prospero	Politica, storytelling e comunicazione
	14.30-17.30	Chuzhykov	Media management
Mar 26 marzo	10.30-13.30	Ciofalo	Social Media Studies: logiche e pratiche
	14.30-17.30	Ruggiero	Le teorie dell'opinione pubblica, l'informazione e la comunicazione politica

DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING
CALENDARIO DELLE LEZIONI 2018/2019

Mer 27 marzo	10.30-13.30	Bonetti	L'innovazione come fenomeno di marketing
Lun 1° aprile	10.30-13.30	Comunello	Dai network sociali alla network society
	14.30-17.30	Novelli	Le cinque fasi della comunicazione politica in Italia: protagonisti, strumenti, teorie
Mar 2 aprile	10.30-13.30	Panarese	Giovani, media, e pratiche culturali
	14.30-17.30	Bonolis	Teoria sociologica e conoscenza storica
Mer 3 aprile	14.00-18.00	CorisLab	Excel avanzato per la ricerca sociale
Gio 4 aprile	14.00-18.00	CorisLab	Excel avanzato per la ricerca sociale
Ven 5 aprile	14.00-18.00	CorisLab	Excel avanzato per la ricerca sociale
Lun 8 aprile	10.30-13.30	Pratesi	Marketing, innovazione e sostenibilità
	14.30-17.30	Skhoda	Social responsibility as a strategy of sustainable development
Mar 9 aprile	10.30-13.30	Peruzzi	Media, società e diversità
	14.00-18.00	CorisLab	Dalla progettazione di una web/mail survey all'analisi delle tracce digitali: strategie di costruzione, monitoraggio e gestione del data
Mer 10 aprile	14.00-18.00	CorisLab	Dalla progettazione di una web/mail survey all'analisi delle tracce digitali: strategie di costruzione, monitoraggio e gestione del data
Gio 11 aprile	14.00-18.00	CorisLab	Dalla progettazione di una web/mail survey all'analisi delle tracce digitali: strategie di costruzione, monitoraggio e gestione del data
Lun 15 aprile	10.30-13.30	Mauceri	L'uso dei mixed methods nella ricerca sociale
	14.30-17.30	Cortoni	Competenze digitali, giovani e digital literacy
Mar 16 aprile	11.00-14.00	Montesperelli	Biografie, storie di vita, intervista ermeneutica
	14.30-17.30	Guiso	Politica e verità nell'epoca della post-verità: una riflessione storica su propaganda e comunicazione politica
Mer 17 aprile	10.00-14.00	CorisLab	<i>Semiotics Research</i> : metodo e analisi dei percorsi
Gio 18 aprile	10.00-18.00	CorisLab	<i>Semiotics Research</i> : metodo e analisi dei percorsi
PAUSA PASQUALE			
Lun 6 maggio	10.30-13.30	Pommier	Pubblica Amministrazione e Trasparenza. Il Foia tra burocrazia e politica
	14.30-17.30	Mizejewski	La comunicazione politica in Polonia: le elezioni europee e parlamentari 2019
Mer 8 maggio	14.30-17.30	Lorusso Pezzini	Postverità: Fra reality tv, social media e storytelling (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
Lun 13 maggio	10.30-13.30	Martire	Il problema della misurazione nelle scienze sociali (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
	14.30-17.30	Nobile	Analisi del contenuto e analisi lessicometrica dei testi (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
Mar 14 maggio	10.30-13.30	Gavrila	La tv nell'ecosistema digitale. Scenari socio-culturali, contenuti, linguaggi, comportamenti di fruizione (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
	14.30-17.30	Peverini	Da Adbusters alla comunicazione non convenzionale. Strategie, tattiche, tecniche (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)

DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING
CALENDARIO DELLE LEZIONI 2018/2019

Mer 15 maggio	10.00-14.00	CorisLab	Analisi testuale con N-Vivo
	14.30-17.30	Montesperelli	Approcci standard e non standard all'analisi del contenuto
Gio 16 maggio	10.00-14.00	CorisLab	Analisi testuale con N-Vivo
Ven 17 maggio	10.00-14.00	CorisLab	Analisi testuale con N-Vivo
Lun 20 maggio	10.30-13.30	Pezzini	Modelli semantici: come funziona il significato
	14.30-17.30	Marini	L'analisi del contenuto come inchiesta
Mar 21 maggio	10.00-13.00	Panarese	Genere e media. Prospettive teoriche ed evidenze empiriche
	13.30-16.30	Sarrica	Svolte discorsive, narrative e retoriche in psicologia: la riscoperta della società (2)
Mer 22 maggio	10.30-13.30	Valentini	Comunicazione e informazione. Modelli di giornalismo digitale
	15.00-18.00	Prospero	Dall'opinione pubblica alla democrazia del pubblico
Gio 23 maggio	10.00-14.00	Leone Prospero	Le parole della crisi. La riedizione italiana di "Guardando al futuro" di F.D. Roosevelt
	14.00-18.00	CorisLab	Fonti secondarie dei dati. Come reperire i dati online
Ven 24 maggio	14.00-18.00	CorisLab	Fonti secondarie dei dati. Come reperire i dati online
Sab 25 maggio	9.00-13.00	CorisLab	Fonti secondarie dei dati. Come reperire i dati online
Mar 28 maggio	10.30-13.30	Antenore	Acting like humans: come social bots e recommender systems hanno colonizzato le piattaforme digitali
	14.30-17.30	Bonolis	La mente e la teoria dell'azione
Mer 29 maggio	10.00-13.30	Pezzini Peverini	Analisi semiotica delle immagini
	14.00-17.00	Cote	Opening Up the Mobile Technical Objects of Data Capitalism
Gio 30 maggio	10.30-13.30	Rodriguez Borges	Denotar, connotar, criminalizar la inmigración. Cómo los medios de comunicación hacen cosas con palabras
	14.30-17.30	Ruggiero	Analisi standard e non standard di testi audiovisivi
Lun 3 giugno	10.30-13.30	Tao	Local Government Trust and Legitimacy: Using Experiments to Test Differences in Citizen Perceptions' of Social and Conventional Media Sources
	14.30-17.30	Mattiacci	Il dominio scientifico del Marketing
Mar 4 giugno	9.30-13.00	Dezi	Il dominio scientifico dell'Economia e Gestione dell'Impresa
	14.30-17.30	Vernuccio	La ricerca sulla marca: lo stato dell'arte
Ven 7 giugno	10.00-13.00	Polese	The SCOPUS Diaries and the (il)logics of Academic Survival (Aula A - Storia moderna e contemporanea - Piazzale Aldo Moro, 5)
Lun 10 giugno	9.30-13.00	Colurcio	La ricerca sull'innovazione: lo stato dell'arte
	14.30-17.30	Pratesi	Un pensiero semiserio sulla qualità della comunicazione

DOTTORATO DI RICERCA IN COMUNICAZIONE, RICERCA SOCIALE E MARKETING
CALENDARIO DELLE LEZIONI 2018/2019

Mar 11 giugno	14.30-17.30	Sfodera	Studiare un settore: il turismo
Mer 12 giugno	14.30-17.30	Anselmi	Populismo: problemi teorici e prospettive metodologiche
Ven 14 giugno	10.30-17.30	Seminario di ermeneutica "Magistri sine registro" 2019 RAGIONE E RAGIONI IN UNA SOCIETÀ CHE SI FRAMMENTA	
Lun 17 giugno	10.00-13.00	Prospero	Aspetti e caratteri del populismo
	14.00-17.00	Biolcati Rinaldi	Il cambiamento religioso in Europa
Mar 18 giugno	10.00-13.00	Lombardo Faggiano	Populismo e senso comune
	14.00-17.00	Gianturco Colella	L'approccio qualitativo: strategie di rilevazione a confronto (contestualizzazione storico-epistemologica)
Mer 19 giugno	10.00-13.00	Gianturco Colella	L'approccio qualitativo: strategie di rilevazione a confronto (l'intervista individuale e il focus group, parte 1) (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
	14.00-17.00	Gianturco Colella	L'approccio qualitativo: strategie di rilevazione a confronto (l'intervista individuale e il focus group, parte 2) (N.B. la lezione avrà luogo in aula Mauro Wolf)
Lun 24 giugno	10.00-13.00	Mauceri	Le prospettive mixed methods dei Big Data
	14.00-17.00	Fasanella, Fusillo	Pro e contro dei Big Data nella valutazione: il caso della ricerca universitaria italiana
Mar 25 giugno	10.00-13.00	Martire, Sabetta	Big data e digital footprints
	14.00-17.00	Pitrone	I dati parlano da soli? Big data e scientismi vecchi e nuovi
Lun 1 luglio	9.30-13.00	Bonetti	Studiare un comparto: i servizi
	14.30-17.30	Principato	Dalla ricerca alla pubblicazione: la sostenibilità
Mar 2 luglio	9.30-13.00	De Angelis	Dalla ricerca alla pubblicazione: il comportamento del consumatore
	14.30-17.30	Ceccotti	Dalla ricerca alla pubblicazione: l'integrated marketing communication