

# Master Privato

Giornalismo d'Inchiesta  
e Reportage Televisivo



## Master Privato Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/master/master-giornalismo-inchiesta-reportage-televisivo](http://www.techitute.com/it/giornalismo-comunicazione/master/master-giornalismo-inchiesta-reportage-televisivo)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Competenze

---

*pag. 14*

04

Struttura e contenuti

---

*pag. 18*

05

Metodologia

---

*pag. 32*

06

Titolo

---

*pag. 40*

# 01

# Presentazione

Lo sviluppo delle TIC e la globalizzazione sono stati i fattori scatenanti dell'era dell'informazione in cui la società è immersa al giorno d'oggi. Con un solo clic, le persone possono accedere praticamente a qualsiasi contenuto, potendo essere aggiornate al minuto sulle tendenze che caratterizzano l'attualità. Tuttavia, *fake news* e dati non verificati si insinuano nei resoconti dei media, generando controversie e conflitti. Per questo motivo, il giornalismo d'inchiesta e i reportage hanno assunto un'importanza particolare, dato che non è facile avere accesso a informazioni veritiere, di qualità ed esaustive. Su questa base, il professionista della comunicazione potrà utilizzare questo programma 100% online come guida per specializzarsi in questo settore e contribuire allo sviluppo del giornalismo sui canali televisivi e audiovisivi al massimo livello di rigore.







“

*Un Master Privato che migliorerà la tua qualità giornalistica nel contesto digitale e audiovisivo fino a raggiungere il massimo livello di professionalità, in modalità 100% online e in soli 12 mesi di studio"*

Il Giornalismo ha sempre svolto un ruolo fondamentale nello sviluppo della storia. Dall'origine delle Gazzette alla fine del XVII secolo fino all'inizio e all'evoluzione dell'era digitale, i professionisti del settore hanno sviluppato un lavoro encomiabile, basato sul trasferimento di informazioni da una parte all'altra del mondo, seguendo le linee guida della veridicità, dell'eshaustività e dell'imparzialità. Tuttavia, nel contesto attuale, caratterizzato dalla presenza dei social media e dei canali digitali, i cittadini hanno accesso a una quantità infinita di dati e fonti, molte delle quali non verificano i propri contenuti, ma seguono i principi dello scoop e della morbosità piuttosto che dell'etica giornalistica.

Per questo motivo il reportage e l'inchiesta in questo campo hanno assunto una rilevanza essenziale come difensori della verità e della realtà, costituendo i principali precursori della libertà di espressione e della qualità della stampa. Alla luce di ciò, TECH ha ritenuto necessario sviluppare un programma che permetta ai professionisti di specializzarsi in questo settore. È così che è nato il Master Privato in Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo, un percorso innovativo e dinamico con il quale gli studenti potranno approfondire il formato dell'informazione audiovisiva e digitale.

Attraverso 1.500 ore di contenuti diversificati, lavorerai con il materiale più innovativo sul contesto e sulle caratteristiche di questo ramo della professione, oltre che sui suoi generi e sulle tendenze attuali. Sarai in grado di implementare nella tua pratica le strategie metodologiche più efficaci per la raccolta e la ricerca di dati, avvicinandoti alle fonti e alle tecniche più utilizzate nel campo del giornalismo. Successivamente, dopo aver lavorato sulle tue capacità narrative e discorsive, ci si concentrerà sul genere televisivo, studiando nel dettaglio le complessità della produzione di reportage e notizie su questo canale, oggi e le sue tendenze future.

Tutto questo al 100% online, attraverso il piano di studi più esaustivo, preparato da esperti del settore, che hanno anche lavorato alla progettazione di materiale aggiuntivo di alta qualità: articoli di ricerca, letture complementari, notizie, video dettagliati, sintesi dinamiche, ecc. Si tratta quindi di un'opportunità unica per specializzarsi in un settore in forte espansione e lottare per il futuro del giornalismo libero e di qualità.

Questo **Master Privato in Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Giornalismo e Comunicazione Audiovisiva
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni tecniche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Ti piacerebbe approfondire il giornalismo d'inchiesta e dedicarti ad esso in futuro? Se la risposta è sì, cosa aspetti a iscriverti a questo Master Privato?"*

“ *Lavorerai con le strategie metodologiche più innovative ed esaustive per ampliare e aggiornare le tue conoscenze nel campo della comunicazione*”

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Sei alla ricerca di un programma che ti introduca al Data Journalism in modo specialistico? Allora opta per un programma come questo, che ti fornirà tutto ciò di cui hai bisogno per raggiungere il tuo obiettivo.*

*Un titolo di studio con il quale potrai perfezionare le tue qualità narrative e discorsive per i diversi formati digitali e audiovisivi.*



# 02

## Obiettivi

La qualità del giornalismo dipende, in larga misura, dalla conoscenza del settore in cui il professionista svolge il proprio lavoro. Per questo motivo, TECH ha deciso di lanciare questo Master Privato, con l'obiettivo che lo specialista possa conoscere nel dettaglio le complessità dell'inchiesta e del reportage televisivo attraverso una specializzazione adatta agli attuali media audiovisivi e digitali. A tal fine, non solo avrai a disposizione il programma migliore e più completo, ma anche una varietà di materiale aggiuntivo per approfondire in modo personalizzato le diverse sezioni del programma e partecipare a un processo di apprendimento adatto alle tue esigenze e necessità.





“

*Un programma che ti aiuterà a padroneggiare le tendenze televisive del futuro per rimanere al passo con i tempi ed essere in grado di competere con il resto dei professionisti”*



## Obiettivi generali

---

- ♦ Approcciarsi al giornalismo d'inchiesta
- ♦ Imparare la metodologia del giornalismo d'inchiesta
- ♦ Imparare a conoscere il data journalism applicato al giornalismo d'inchiesta
- ♦ Imparare a elaborare il discorso narrativo nel reportage investigativo
- ♦ Scoprire come si fa giornalismo d'inchiesta nei media digitali





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Introduzione al Giornalismo d'Inchiesta

- ♦ Introdurre lo studente al concetto di giornalismo d'inchiesta e scoprire tutti gli aspetti legati al processo di ricerca giornalistica
- ♦ Avvicinare lo studente alle fonti di ricerca, indicando la loro classificazione e approfondendo la loro affidabilità quando si avvia un'indagine
- ♦ Introdurre lo studente al giornalismo di precisione, al giornalismo civico e ad altre forme di professionalità giornalistica, tenendo conto della trasparenza e della libertà di accesso alle informazioni
- ♦ Familiarizzare con il data journalism, introducendo lo studente alle statistiche per questo tipo di giornalismo
- ♦ Offrire le linee guida per il digital storytelling nel giornalismo, introducendo lo studente alle principali caratteristiche dell'Era Digitale e dell'ambiente mediatico, oltre a fornire un approccio ai nuovi profili giornalistici che nascono da questo quadro digitale
- ♦ Conoscere il rapporto tra giornalismo e social network e l'impatto sociale che questi hanno avuto sulla tradizione giornalistica
- ♦ Conoscere le nuove tendenze del giornalismo e i nuovi profili del giornalista professionista, esaminando l'azienda multimediale e la sua nascita

### Modulo 2. Metodologia della ricerca

- ♦ Stabilire la ricerca come modalità per ampliare e aggiornare le conoscenze nel campo della comunicazione

### Modulo 3. Data Journalism. Un approccio al Giornalismo d'Inchiesta attraverso i dati

- ♦ Introdurre lo studente a un nuovo concetto di giornalismo, il Data Journalism, concentrandosi principalmente sulle fonti di ricerca e sul trattamento dei dati ottenuti per lo studio. Introdurre lo studente agli strumenti digitali per la presentazione dei dati
- ♦ Mostrare allo studente la metodologia e le tecniche di ricerca nel giornalismo, tenendo conto della natura empirica di tutta la ricerca sociale, nonché delle diverse fasi del processo di ricerca
- ♦ Conoscere le principali tecniche di ricerca quantitativa per il giornalismo, così come quelle qualitative, imparando a conoscere la loro funzione e le principali tipologie di entrambe le tecniche
- ♦ Studiare e conoscere il sondaggio come una delle principali tecniche di ricerca quantitativa per le Scienze Sociali e il Giornalismo, in particolare per conoscerne le caratteristiche e le applicazioni
- ♦ Studiare e conoscere il questionario come un'altra delle principali tecniche di ricerca quantitativa per la ricerca giornalistica, esaminandone le principali caratteristiche e funzionalità
- ♦ Studiare e conoscere l'intervista in profondità, una delle principali tecniche di ricerca qualitativa
- ♦ Studiare e familiarizzare con il Focus Group, un'altra delle principali tecniche di ricerca qualitativa
- ♦ Studiare e conoscere l'osservazione partecipante come una delle principali tecniche di ricerca qualitativa nell'indagine giornalistica

#### **Modulo 4. Componente narrativa e discorsiva nel Giornalismo d'Inchiesta**

- ♦ Introdurre lo studente alle pratiche della narrazione giornalistica, nonché rivedere il concetto di qualità nella professione, la responsabilità sociale che comporta e l'influenza di questo tipo di narrazione
- ♦ Mostrare agli studenti la natura discorsiva e testuale di qualsiasi narrazione comunicativa, tenendo conto dei tipi di testo e dei diversi tipi di comunicazione
- ♦ Accennare alle nuove tendenze della scrittura, tenendo conto dei nuovi paradigmi teorici
- ♦ Evidenziare l'importanza dell'analisi del discorso come tecnica di ricerca nel giornalismo
- ♦ Specificare le caratteristiche della scrittura giornalistica in tutte le ricerche
- ♦ Sottolineare l'importanza dei rapporti risultanti da un'indagine, nonché la loro adeguata stesura, tenendo sempre presente le nuove tendenze della narrazione digitale
- ♦ Sottolineare l'importanza del linguaggio digitale come fulcro dell'attuale giornalismo investigativo e della narrazione audiovisiva
- ♦ Comprendere il giornalismo d'inchiesta dal punto di vista del cambiamento culturale

#### **Modulo 5. Ricerca sui media digitali**

- ♦ Implementare diversi metodi e tecniche per lo sviluppo di ricerche relative allo studio dei processi comunicativi nelle sfere sociali e nei media di massa e digitali
- ♦ Riconoscere le tipologie di ricerca applicate a seconda della prospettiva da cui vengono affrontate

#### **Modulo 6. Il reportage televisivo**

- ♦ Approfondire il reportage, le caratteristiche di questo genere, la sua tipologia e la sua classificazione
- ♦ Comprendere l'attribuzione, la verifica, l'imparzialità, la concisione e l'interesse umano come alcuni dei principali requisiti del reportage
- ♦ Avvicinare lo studente alla struttura e ai criteri del giornalismo televisivo
- ♦ Sottolineare l'importanza dell'interesse umano nel genere del reportage, con particolare attenzione agli argomenti di interesse generale
- ♦ Consultare le risorse a disposizione del servizio televisivo, passando in rassegna le nuove tendenze di questo genere giornalistico

#### **Modulo 7. Giornalismo televisivo**

- ♦ Adattare i diversi generi di giornalismo televisivo con una chiara comprensione della loro organizzazione, redazione e copertura per i media



**Modulo 8. Produzione di reportage televisivi**

- ♦ Consigliare lo studente sul processo di produzione televisiva
- ♦ Mostrare i ruoli della produzione televisiva
- ♦ Apprendere le tecniche di ricerca per il reportage televisivo
- ♦ Specificare le fonti di ricerca necessarie che un giornalista deve avere quando produce un reportage
- ♦ Specificare le fasi di produzione di un reportage televisivo
- ♦ Specificare come preparare la sceneggiatura di un reportage televisivo e l'intervista in profondità, una tecnica fondamentale nella preparazione di un reportage
- ♦ Conoscere da vicino il team di produzione di un reportage televisivo
- ♦ Imparare i processi essenziali di registrazione, editing e post-produzione del reportage

**Modulo 9. Reportage televisivo**

- ♦ Mostrare allo studente le principali caratteristiche della scrittura giornalistica, prestando attenzione alle risorse della stampa
- ♦ Imparare a usare la fotocamera e a editare un reportage
- ♦ Apprendere e praticare le tecniche di presentazione ed espressione davanti alla telecamera
- ♦ Conoscere le tecniche di comunicazione
- ♦ Conoscere le linee guida di pre-produzione, produzione e realizzazione del reportage, comprendere le esigenze tecniche e umane nel processo di creazione del reportage
- ♦ Scoprire il concetto di "fotogiornalismo" e l'importanza della fotografia nel reportage televisivo

**Modulo 10. Tendenze della televisione del futuro**

- ♦ Mostrare allo studente la notevole presenza di contenuti nelle nuove tendenze televisive
- ♦ Comprendere il processo di transizione che i contenuti hanno subito e la sostituzione dell'audience con i consumatori di contenuti
- ♦ Comprendere il legame tra la televisione e il campo dell'ingegneria digitale
- ♦ Studiare il concetto di "Big Data" e comprendere il profondo processo di cambiamento che il pubblico sta subendo nel mondo della televisione
- ♦ Introdurre lo studente al drone journalism e alla sua applicazione nel giornalismo d'inchiesta
- ♦ Sottolineare l'importanza del concetto di giornalismo delle cose e conoscere le nuove piattaforme per guardare la televisione
- ♦ Imparare a conoscere il legame tra gli *influencer* e la loro strategia nei social network, nonché il loro legame con il settore televisivo



*Se stai cercando di potenziare le tue abilità comunicative attraverso il miglioramento del discorso, allora questo Master Privato ti fornirà tutti gli elementi per farlo”*

# 03

## Competenze

Lo studente che superi tutte le valutazioni secondo i criteri minimi di questo programma, avrà perfezionato le sue abilità comunicative, grazie all'approccio eminentemente pratico e alla qualità del piano di studi. Inoltre, sarà in grado di padroneggiare le strategie di elaborazione di servizi informativi dalla massima qualità e rigore giornalistico, basandosi su tecniche innovative e dinamiche relazionate con le tendenze attuali del settore audiovisivo e digitale.



“

*Se stai cercando un programma che ti dia tutto ciò che ti serve per padroneggiare gli strumenti dell'intervista televisiva, questo Master Privato è quello che fa per te"*



## Competenze generali

---

- Conoscere le caratteristiche dei notiziari televisivi
- Sapere tutto sul giornalismo televisivo
- Definire le forme di produzione dei reportage televisivi
- Imparare a fare il reporter televisivo
- Scoprire le nuove tendenze dell'attuale ricerca sulla comunicazione

“

*Questo Master Privato darà una svolta  
alla tua carriera di giornalista, aprendoti  
le porte verso il successo in un mercato  
del lavoro pieno di opportunità”*







## Competenze specifiche

---

- ♦ Condurre una ricerca sulla comunicazione
- ♦ Padroneggiare le basi concettuali
- ♦ Padroneggiare le basi metodologiche
- ♦ Utilizzare procedure sistematiche per creare articoli di giornalismo investigativo
- ♦ Conoscere il giornalismo dei dati
- ♦ Saper applicare la metodologia della ricerca giornalistica
- ♦ Utilizzare le tecniche di ricerca quantitativa
- ♦ Saper applicare sondaggi
- ♦ Utilizzare il questionario come tecnica di ricerca quantitativa
- ♦ Mettere in pratica il Focus Group per la ricerca quantitativa
- ♦ Spiegare in che cosa consiste l'Osservazione Partecipante nel giornalismo
- ♦ Scrivere con stile giornalistico utilizzando la scrittura narrativa
- ♦ Applicare formati discorsivi e testuali nei documenti di ricerca
- ♦ Riconoscere i nuovi paradigmi teorici nella scrittura
- ♦ Produrre rapporti relativi alla ricerca
- ♦ Comprendere il ruolo del giornalismo d'inchiesta nel cambiamento culturale
- ♦ Utilizzare diverse tecniche e metodi di ricerca
- ♦ Applicare la ricerca a diversi ambiti comunicativi
- ♦ Descrivere le caratteristiche normative della TV
- ♦ Spiegare le caratteristiche del reportage televisivo
- ♦ Riconoscere le peculiarità e i requisiti del genere
- ♦ Conoscere le nuove tendenze del reportage televisivo
- ♦ Riconoscere l'importanza dei nuovi spazi di comunicazione per comprendere gli eventi sociali in spazi e tempi diversi
- ♦ Rivedere e aggiornare la propria conoscenza dei nuovi spazi di comunicazione, di vario tipo e interesse per la comprensione del proprio ambiente
- ♦ Lavorare con i diversi generi giornalistici televisivi con piena competenza
- ♦ Distinguere i processi di produzione televisiva
- ♦ Riconoscere i diversi ruoli in questo campo
- ♦ Scoprire in ogni contesto quali fonti utilizzare in un determinato contesto
- ♦ Saper scrivere una sceneggiatura
- ♦ Scrivere un'inchiesta di buona qualità
- ♦ Descrivere la gestione di una telecamera e intervenire nel processo di montaggio
- ♦ Presentarsi davanti alla telecamera con facilità
- ♦ Pianificare tutte le parti del processo
- ♦ Utilizzare la fotografia come mezzo di comunicazione principale
- ♦ Adeguarsi alle attuali tendenze della comunicazione
- ♦ Riconoscere gli argomenti e le linee di lavoro di maggiore interesse
- ♦ Applicare la ricerca nelle relazioni pubbliche, nella pubblicità e nei media

# 04

## Struttura e contenuti

Il programma è stato progettato da un team di esperti in comunicazione seguendo le linee guida delle attuali tendenze di informazione basate sui canali televisivi e digitali. Grazie a ciò, è stato possibile creare un programma dinamico e altamente formativo, in cui lo studente troverà tutto ciò di cui ha bisogno per specializzarsi nel campo del Giornalismo d'Inchiesta e del Reportage Televisivo. Inoltre, avrà a disposizione centinaia di ore di materiale aggiuntivo presentato in diversi formati con cui non solo potrà contestualizzare le informazioni del programma, ma anche approfondire le diverse sezioni in modo personalizzato, partecipando a un'esperienza accademica adatta alle richieste e alle esigenze di tutti i professionisti.



“

*Il piano di studi prevede un modulo specifico dedicato alla produzione di reportage televisivi, in modo da poter approfondire aspetti come la scrittura della sceneggiatura e il ruolo del regista”*



## Modulo 1. Introduzione al Giornalismo d'Inchiesta

- 1.1. Giornalismo d'Inchiesta. Legalità e trasparenza
  - 1.1.1. Storia del Giornalismo d'Inchiesta
    - 1.1.1.1. Contesto
    - 1.1.1.2. Attualità del Giornalismo d'Inchiesta
    - 1.1.1.3. Il cambiamento dello scenario del giornalismo d'inchiesta
    - 1.1.1.4. Data Journalism
  - 1.1.2. Processo di ricerca giornalistica
    - 1.1.2.1. Identificazione dell'oggetto di studio
    - 1.1.2.2. Pianificazione
    - 1.1.2.3. Ricerca e selezione delle fonti di ricerca
    - 1.1.2.4. Scrittura
    - 1.1.2.5. Pubblicazione
  - 1.1.3. Diritto all'informazione pubblica
  - 1.1.4. Trasparenza e governo aperto
  - 1.1.5. Open data e Big data
- 1.2. Fonti di informazione secondarie
  - 1.2.1. Cosa sono le fonti secondarie?
  - 1.2.2. Affidabilità delle fonti
  - 1.2.3. Fonti europee
  - 1.2.4. Fonti latinoamericane
  - 1.2.5. Altre fonti internazionali
- 1.3. Giornalismo di precisione
  - 1.3.1. Principi del giornalismo di precisione
  - 1.3.2. Trasparenza e libertà di accesso alle informazioni
  - 1.3.3. Accesso informatico alle banche dati nel giornalismo d'inchiesta
  - 1.3.4. Conflitti pragmatici tra libertà di accesso alle informazioni e privacy
  - 1.3.5. Tecniche sociologiche di giornalismo di precisione





- 1.4. Giornalismo Civico
  - 1.4.1. Che cos'è il giornalismo civico?
  - 1.4.2. Differenza tra "Giornalismo civico" e "Giornalismo dei cittadini"
  - 1.4.3. Esempi di Giornalismo Civico
  - 1.4.4. Limiti e rischi reali del Giornalismo Civico
- 1.5. Data Journalism. Statistiche per il giornalismo dei dati
  - 1.5.1. Concetti statistici di base per il Giornalismo
  - 1.5.2. Misure di tendenza centrale
  - 1.5.3. Misure di dispersione
  - 1.5.4. Grafici
- 1.6. Storytelling digitale nel Giornalismo
  - 1.6.1. Il Giornalismo nell'era digitale
  - 1.6.2. Scrivere su Internet. Nuovi profili professionali
  - 1.6.3. Scrivere per lo schermo
  - 1.6.4. Reti Sociali
  - 1.6.5. Cybercultura e cyberdemocrazia
    - 1.6.5.1. Trasformazione dell'ambiente mediatico
  - 1.6.6. Generi cybergiornalistici
    - 1.6.6.1. Iperstualità
    - 1.6.6.2. Suono
    - 1.6.6.3. Video
    - 1.6.6.4. Fotografia
    - 1.6.6.5. HTML
  - 1.6.7. Nuovi modelli di business della comunicazione nell'ambiente digitale
- 1.7. Giornalismo e Social Media
  - 1.7.1. Storia dei Social Media
  - 1.7.2. Impatto dei Social Media sull'attività giornalistica tradizionale
  - 1.7.3. Il giornalismo nei Social Media
  - 1.7.4. Verifica dei contenuti sui Social Media
  - 1.7.5. Principali Social Media
- 1.8. Nuove tendenze del giornalismo relative al contenuto
  - 1.8.1. Altri Social Media
  - 1.8.2. Prevalenza di fotografia e video
  - 1.8.3. Specializzazione
  - 1.8.4. "Fake News" e come affrontarle
  - 1.8.5. Commercializzazione dei contenuti digitali
- 1.9. Profili giornalistici emergenti
  - 1.9.1. Reportage multimediali
  - 1.9.2. Giornalismo immersivo a 360 gradi
  - 1.9.3. Engagement sui media
  - 1.9.4. Big Data e Data Journalism
  - 1.9.5. Futuri profili giornalistici emergenti
- 1.10. Ricerca per l'ottimizzazione delle risorse nell'azienda multimediale all'interno della Società della rete
  - 1.10.1. Società della rete e trasformazione digitale
  - 1.10.2. Strategie per nuove strutture organizzative
  - 1.10.3. Complessità organizzativa ed evoluzione
  - 1.10.4. L'azienda multimediale
  - 1.10.5. L'importanza dei contenuti multimediali
  - 1.10.6. Applicazioni multimediali in azienda

## Modulo 2. Metodologia della ricerca

- 2.1. Fondamenti della ricerca: la scienza e il metodo scientifico
  - 2.1.1. Definizione del metodo scientifico
  - 2.1.2. Metodo analitico
  - 2.1.3. Metodo sintetico
  - 2.1.4. Metodo induttivo
  - 2.1.5. Il pensiero cartesiano
  - 2.1.6. Le regole del metodo cartesiano
  - 2.1.7. Il dubbio metodico
  - 2.1.8. Il primo principio cartesiano
  - 2.1.9. Procedure di induzione secondo J. Mill Stuart

- 2.2. Il processo generale di ricerca: approcci quantitativi e qualitativi
  - 2.2.1. Presupposti epistemologici
  - 2.2.2. Approccio alla realtà e all'oggetto di studio
  - 2.2.3. Relazione soggetto-oggetto
  - 2.2.4. Obiettivo
  - 2.2.5. Processi metodologici
  - 2.2.6. L'integrazione dei metodi
- 2.3. Paradigmi di ricerca e metodi da essi derivati
  - 2.3.1. Come nascono le idee di ricerca?
  - 2.3.2. Quale ricerca nell'educazione?
  - 2.3.3. Dichiarazione del problema di ricerca
  - 2.3.4. Contesto, logica e obiettivi della ricerca
  - 2.3.5. Fondamenti teorici
  - 2.3.6. Ipotesi, variabili e definizione dei concetti operativi
  - 2.3.7. Selezione del progetto di ricerca
  - 2.3.8. Campionamento negli studi quantitativi e qualitativi
- 2.4. Processo e fasi della ricerca quantitativa
  - 2.4.1. Fase 1: fase concettuale
  - 2.4.2. Fase 2: fase di pianificazione e progettazione
  - 2.4.3. Fase 3: fase empirica
  - 2.4.4. Fase 4: fase analitica
  - 2.4.5. Fase 5: fase di diffusione
- 2.5. Tipi di ricerca quantitativa
  - 2.5.1. Ricerca storica
  - 2.5.2. Ricerca correlazionale
  - 2.5.3. Studio di caso
  - 2.5.4. Indagine ex post facto sui fatti compiuti
  - 2.5.5. Ricerca quasi sperimentale
  - 2.5.6. Ricerca sperimentale
- 2.6. Processo e fasi della ricerca qualitativa
  - 2.6.1. Fase 1: fase preparatoria
  - 2.6.2. Fase 2: fase di campo
  - 2.6.3. Fase 3: fase analitica
  - 2.6.4. Fase 4: fase informativa
- 2.7. Tipi di ricerca qualitativa
  - 2.7.1. L'etnografia
  - 2.7.2. La teoria fondata
  - 2.7.3. La fenomenologia
  - 2.7.4. Il metodo biografico e la storia della vita
  - 2.7.5. Lo studio dei casi
  - 2.7.6. Analisi del contenuto
  - 2.7.7. Esame del discorso
  - 2.7.8. Ricerca d'azione partecipativa
- 2.8. Tecniche e strumenti per la raccolta di dati quantitativi
  - 2.8.1. Il colloquio strutturato
  - 2.8.2. Il questionario strutturato
  - 2.8.3. Osservazione sistematica
  - 2.8.4. Scale di atteggiamento
  - 2.8.5. Statistiche
  - 2.8.6. Fonti secondarie di informazione
- 2.9. Tecniche e strumenti per la raccolta di dati qualitativi
  - 2.9.1. Colloquio non strutturato
  - 2.9.2. Colloquio approfondito
  - 2.9.3. Gruppi di discussione
  - 2.9.4. Osservazione semplice, non regolamentata e partecipativa
  - 2.9.5. Storie di vita
  - 2.9.6. Diari
  - 2.9.7. Analisi dei contenuti
  - 2.9.8. Il metodo etnografico

- 2.10. Controllo di qualità dei dati
  - 2.10.1. Requisiti per uno strumento di misura
  - 2.10.2. Elaborazione e analisi quantitativa dei dati
    - 2.10.2.1. Convalida dei dati quantitativi
    - 2.10.2.2. Statistiche per l'analisi dei dati
    - 2.10.2.3. Statistica descrittiva
    - 2.10.2.4. Statistica inferenziale
  - 2.10.3. Elaborazione e analisi qualitativa dei dati
    - 2.10.3.1. Riduzione e categorizzazione
    - 2.10.3.2. Chiarire, sintetizzare e confrontare
    - 2.10.3.3. Programmi per l'analisi qualitativa di dati testuali

### Modulo 3. Data Journalism. Un approccio al Giornalismo d'Inchiesta attraverso i dati

- 3.1. Giornalismo dei dati I. Fonti di ricerca ed elaborazione dei dati
  - 3.1.1. Introduzione al Giornalismo dei Dati
  - 3.1.2. Fonti ufficiali di dati
    - 3.1.2.1. Fonti di dati ufficiali a livello internazionale
  - 3.1.3. Fonti di dati non ufficiali
  - 3.1.4. Formati di Giornalismo dei dati I
    - 3.1.4.1. Internet
    - 3.1.4.2. Stampa, televisione e radio
- 3.2. Giornalismo dei dati II. Strumenti digitali per la presentazione dei dati
  - 3.2.1. Lo stato della questione
  - 3.2.2. Elaborazione dei dati
  - 3.2.3. Visualizzazione dei dati
    - 3.2.3.1. Visualizzazione di dati tabulati
    - 3.2.3.2. Visualizzazione delle relazioni
    - 3.2.3.3. Visualizzazione delle mappe
    - 3.2.3.4. Visualizzazione in Java Script
- 3.3. Metodologia e Tecniche di Ricerca nel Giornalismo
  - 3.3.1. Metodologia di ricerca nelle Scienze Sociali
    - 3.3.1.1. Il carattere empirico della ricerca sociale
    - 3.3.1.2. Il metodo scientifico nelle Scienze Sociali
    - 3.3.1.3. Ricerca scientifica
    - 3.3.1.4. La scelta dell'oggetto di ricerca
  - 3.3.2. Fasi del processo di ricerca
    - 3.3.2.1. Identificare, delimitare, definire, descrivere e spiegare il problema
    - 3.3.2.2. Formulazione di obiettivi e domande di ricerca
    - 3.3.2.3. Revisione della letteratura
      - 3.3.2.3.1. Contesto
      - 3.3.2.3.2. Concetti
      - 3.3.2.3.3. Teorie
    - 3.3.2.4. Pianificazione del progetto di ricerca
      - 3.3.2.4.1. Selezione del campione
      - 3.3.2.4.2. Tipi di studio
      - 3.3.2.4.3. Procedura
      - 3.3.2.4.4. Raccolta di informazioni
    - 3.3.2.5. Implementazione analitica della ricerca
      - 3.3.2.5.1. Raccolta di dati
      - 3.3.2.5.2. Presentazione dei dati
      - 3.3.2.5.3. Analisi dei dati
      - 3.3.2.5.4. Conclusioni
    - 3.3.2.6. Stesura del rapporto di ricerca
- 3.4. Tecniche di indagine quantitativa
  - 3.4.1. Che cos'è la ricerca quantitativa?
  - 3.4.2. Caratteristiche
  - 3.4.3. Strumenti di ricerca
  - 3.4.4. Raccolta dati

- 3.5. Tecniche di indagine qualitativa
  - 3.5.1. Che cos'è la ricerca qualitativa?
  - 3.5.2. Caratteristiche
  - 3.5.3. Strumenti di ricerca
  - 3.5.4. Raccolta dati
- 3.6. L'indagine
  - 3.6.1. Che cos'è il sondaggio?
  - 3.6.2. Caratteristiche
  - 3.6.3. Tipi
  - 3.6.4. Applicazioni
- 3.7. Il questionario
  - 3.7.1. Che cos'è il questionario?
  - 3.7.2. Caratteristiche
  - 3.7.3. Tipi
  - 3.7.4. Applicazioni
- 3.8. Colloquio approfondito
  - 3.8.1. Che cos'è un'intervista approfondita?
  - 3.8.2. Caratteristiche
  - 3.8.3. Tipi
  - 3.8.4. Applicazioni
- 3.9. Focus Group
  - 3.9.1. Cos'è il Focus Group?
  - 3.9.2. Caratteristiche
  - 3.9.3. Tipi
  - 3.9.4. Elenco di domande
  - 3.9.5. Applicazioni
- 3.10. Osservazione Partecipante
  - 3.10.1. Cos'è l'Osservazione Partecipante?
  - 3.10.2. Caratteristiche
  - 3.10.3. Tipi
  - 3.10.4. Applicazioni

#### Modulo 4. Componente narrativa e discorsiva nel Giornalismo d'Inchiesta

- 4.1. Narrazione giornalistica. Teoria e analisi
  - 4.1.1. Giornalismo di qualità
  - 4.1.2. Giornalismo e responsabilità sociale
  - 4.1.3. Influenza della narrazione giornalistica sull'ambiente sociale
  - 4.1.4. Contesto comunicativo e discorsivo del giornalismo
- 4.2. Discorso, testo e comunicazione
  - 4.2.1. Tipi e organizzazione del discorso
  - 4.2.2. Tipi di testo
  - 4.2.3. Comunicazione via Internet
  - 4.2.4. Comunicazione audiovisiva
- 4.3. Nuove tendenze di Scrittura
  - 4.3.1. Responsabilità sociale ed etica del giornalismo
  - 4.3.2. Analisi semantica, pragmatica e semiotica dei testi
  - 4.3.3. Nuovi quadri teorici della comunicazione nell'era di Internet
  - 4.3.4. Nuovi paradigmi teorico-metodologici
- 4.4. Ricerca nel giornalismo
  - 4.4.1. Disegno di ricerca
  - 4.4.2. Costruzione del quadro teorico
  - 4.4.3. Costruzione del quadro analitico
  - 4.4.4. Scrittura scientifica
- 4.5. L'analisi del discorso come tecnica di Ricerca Giornalistica
  - 4.5.1. Sistematicità
  - 4.5.2. Osservazione
  - 4.5.3. Registrazione di fenomeni culturali e socio-comunicativi
  - 4.5.4. Carattere colloquiale
  - 4.5.5. Descrizione della produzione, della trasmissione e dell'interpretazione dei discorsi sociali

- 4.6. Redazione di notizie
  - 4.6.1. Nuove discipline della scrittura digitale
  - 4.6.2. Criteri di scrittura
  - 4.6.3. Progettazione dei contenuti
  - 4.6.4. Nuove tendenze narrative
- 4.7. Stesura di rapporti di ricerca
  - 4.7.1. Fonti scientifiche di ricerca
  - 4.7.2. Database
  - 4.7.3. Risorse elettroniche
  - 4.7.4. Citazioni e riferimenti
- 4.8. Linguaggio audiovisivo
  - 4.8.1. Concetto di immagine
  - 4.8.2. Concetto di suono
  - 4.8.3. Regole di base del linguaggio audiovisivo
  - 4.8.4. Elementi di linguaggio audiovisivo
- 4.9. Narrazione audiovisiva
  - 4.9.1. Struttura del telegiornale
  - 4.9.2. Produzione di programmi di informazione
  - 4.9.3. Stili di narrazione delle notizie
  - 4.9.4. La narrazione delle notizie nella società digitale
- 4.10. Il giornalismo investigativo dal punto di vista del cambiamento culturale
  - 4.10.1. Teorie e metodi per lo studio del cambiamento culturale
  - 4.10.2. Archivi, fonti e scrittura per affrontare i problemi dello studio del cambiamento culturale
  - 4.10.3. Analisi del cambiamento culturale
  - 4.10.4. Aspetti/componenti del cambiamento culturale in relazione al Giornalismo d'Indagine

## Modulo 5. Ricerca sui media digitali

- 5.1. Il metodo scientifico e le sue tecniche
  - 5.1.1. Introduzione
  - 5.1.2. Il metodo scientifico e le sue tecniche
  - 5.1.3. Metodo scientifico e tecniche metodologiche
  - 5.1.4. Disegno e fasi della ricerca
  - 5.1.5. Regole di base per la selezione, la verifica, la citazione e il riferimento bibliografico
  - 5.1.6. Approcci e prospettive di ricerca
- 5.2. Metodologia I
  - 5.2.1. Introduzione
  - 5.2.3. Aspetti misurabili: il metodo quantitativo
  - 5.2.4. Tecniche quantitative
  - 5.2.5. Tipi di indagini
  - 5.2.6. La preparazione del questionario e la presentazione dei risultati
- 5.3. Metodologia II
  - 5.3.1. Introduzione
  - 5.3.2. Aspetti misurabili: il metodo quantitativo
  - 5.3.3. Le tecniche quantitative
  - 5.3.4. Interviste individuali e loro tipologia
  - 5.3.5. L'intervista di gruppo e le sue variabili: gruppi di discussione o focus groups
  - 5.3.6. Altre tecniche di conversazione: Philips 66, *brainstorming*, Delphi, nuclei di intervento partecipativo, albero dei problemi e delle soluzioni
  - 5.3.7. Ricerca-azione partecipativa
- 5.4. Metodologia III
  - 5.4.1. Introduzione
  - 5.4.2. Rivelare comportamenti e interazioni comunicative: l'osservazione e le sue varianti
  - 5.4.3. L'osservazione come metodo scientifico
  - 5.4.4. La procedura: pianificare l'osservazione sistematica
  - 5.4.5. Diverse modalità di osservazione
  - 5.4.6. Osservazione online: etnografia virtuale



- 5.5. Metodologia IV
  - 5.5.1. Introduzione
  - 5.5.2. Scoprire il contenuto dei messaggi: analisi del contenuto e del discorso
  - 5.5.3. Introduzione all'analisi quantitativa del contenuto
  - 5.5.4. Selezione del campione e disegno della categoria
  - 5.5.5. Elaborazione dei dati
  - 5.5.6. Analisi critica del discorso
  - 5.5.7. Altre tecniche di analisi dei testi mediatici
- 5.6. Tecniche di raccolta dati digitali
  - 5.6.1. Introduzione
  - 5.6.2. Conoscere le reazioni: sperimentare la comunicazione
  - 5.6.3. Introduzione agli esperimenti
  - 5.6.4. Che cos'è un esperimento di comunicazione
  - 5.6.5. La sperimentazione e le sue tipologie
  - 5.6.6. Il disegno pratico dell'esperimento
- 5.7. Tecniche di Organizzazione dei dati digitali
  - 5.7.1. Introduzione
  - 5.7.2. Informazioni digitali
  - 5.7.3. Problemi e proposte metodologiche
  - 5.7.4. La stampa online: caratteristiche e approccio alla sua analisi
- 5.8. Servizi strumentali partecipativi
  - 5.8.1. Introduzione
  - 5.8.2. Internet come oggetto di studio: criteri di valutazione della qualità e dell'affidabilità dei suoi contenuti
  - 5.8.3. Internet come oggetto di studio
  - 5.8.4. Criteri di valutazione della qualità e dell'attendibilità dei contenuti Internet
- 5.9. La qualità di Internet come fonte: strategie di validazione e conferma
  - 5.9.1. Introduzione
  - 5.9.2. Ricerca su Internet e piattaforme digitali
  - 5.9.3. Ricerca ed esplorazione dell'ambiente online
  - 5.9.4. Approccio alla ricerca di formati digitali: i Blog
  - 5.9.5. Approccio ai metodi di ricerca sulle reti sociali
  - 5.9.6. Ricerca sui collegamenti ipertestuali

- 5.10. Incrementare l'attività di ricerca
  - 5.10.1. Introduzione
  - 5.10.2. Tendenze di ricerca in comunicazione
  - 5.10.3. Introduzione al panorama contemporaneo della ricerca sulla comunicazione
  - 5.10.4. Il riadattamento degli oggetti classici della ricerca sulla comunicazione
  - 5.10.5. La comparsa degli oggetti classici della ricerca
  - 5.10.6. Verso l'interdisciplinarietà e l'ibridazione metodologica

## Modulo 6. Il reportage televisivo

- 6.1. L'industria televisiva. Un approccio strutturale
  - 6.1.1. Caratteristiche principali dell'industria televisiva
  - 6.1.3. Generazione di contenuti. Produzione, distribuzione e trasmissione
  - 6.1.4. Studio generale dei media
  - 6.1.5. Modelli di business
- 6.2. Caratteristiche del reportage televisivo
  - 6.2.1. Genere. Reportage
  - 6.2.2. Tipologia e classificazione
  - 6.2.3. Componenti
    - 6.2.3.1. Immagini
    - 6.2.3.2. Voce fuori campo
    - 6.2.3.3. Interviste
    - 6.2.3.4. Suono ambientale
    - 6.2.3.5. Musica
  - 6.2.4. Fattori chiave di successo nel reportage televisivo
- 6.3. Requisiti del reportage
  - 6.3.1. Attribuzione
  - 6.3.2. Verifica
  - 6.3.3. Equilibrio
  - 6.3.4. Imparzialità
  - 6.3.5. Concisione
  - 6.3.6. Chiarezza
  - 6.3.7. Interesse umano

- 6.4. Struttura del reportage
  - 6.4.1. Premessa
  - 6.4.2. Corpo
    - 6.4.2.1. Approccio
    - 6.4.2.2. Ricerca
    - 6.4.2.3. Capacità selettiva del giornalista
    - 6.4.2.4. Padronanza della struttura di reportage
  - 6.4.3. Chiusura
- 6.5. Criteri del reportage
  - 6.5.1. Impatto
  - 6.5.2. Opportunità
  - 6.5.3. Preminenza
  - 6.5.4. Prossimità
  - 6.5.5. Conflitto
  - 6.5.6. Rarità
  - 6.5.7. Esclusività
- 6.6. La componente umana del reportage
  - 6.6.1. Utilizzo di argomenti di interesse generale
  - 6.6.2. Consultazione delle voci. Richiami a persone e nomi familiari
  - 6.6.3. Il reportage non ammette editoriali
  - 6.6.4. Cosa ci dà il reportage televisivo?
- 6.7. Risorse nel reportage
  - 6.7.1. Documentazione dei dati
  - 6.7.2. Immagini dell'evento
  - 6.7.3. Dichiarazioni dei testimoni
  - 6.7.4. *Background* della notizia
  - 6.7.5. Dati ottenuti da fonti primarie
  - 6.7.6. Dati ottenuti da fonti secondarie
  - 6.7.7. Opinioni degli esperti

- 6.8. Le nuove tendenze del giornalismo televisivo
  - 6.8.1. L'ascesa dell'intrattenimento basato sui fatti
  - 6.8.2. Spettacolarizzazione dell'informazione
  - 6.8.3. Intrattenimento, evasione e spettacolarizzazione dell'informazione. Infotainment
  - 6.8.4. Strutture comunicative. Il reportage televisivo come entità comunicante nel processo di produzione di messaggi informativi

## Modulo 7. Giornalismo televisivo

- 7.1. Organizzazione della redazione e copertura delle notizie
  - 7.1.1. Introduzione
  - 7.1.2. Organizzazione in una redazione televisiva
  - 7.1.3. Postazioni
  - 7.1.4. Copertura delle notizie
- 7.2. Notizie non quotidiane
  - 7.2.1. Introduzione
  - 7.2.2. Notizie non quotidiane
    - 7.2.2.1. Programmi di informazione del fine settimana
    - 7.2.2.2. Programmi d'informazione eccezionali
- 7.3. Notizie quotidiane
  - 7.3.1. Introduzione
  - 7.3.2. Notizie quotidiane
  - 7.3.3. Tipi di programmi di informazione
    - 7.3.3.1. Punti salienti
    - 7.3.3.2. Programma di notizie quotidiane
    - 7.3.3.3. Talk show
    - 7.3.3.4. *Infotainment*
- 7.4. La cronaca, il reportage e l'intervista
  - 7.4.1. Introduzione
  - 7.4.2. Cronaca
  - 7.4.3. Tipi di reportage
  - 7.4.4. Tipi di colloquio

- 7.5. L'introduzione allo studio
  - 7.5.1. Introduzione
  - 7.5.2. L'introduzione allo studio
  - 7.5.3. Introduzioni audiovisive
- 7.6. Programmi secondo i formati. Magazines e *reality show*
  - 7.6.1. Introduzione
  - 7.6.2. Definizione di magazine
  - 7.6.3. Definizione di *reality show*
- 7.7. Programmi specializzati in base al contenuto
  - 7.7.1. Introduzione
  - 7.7.2. Giornalismo specializzato
  - 7.7.3. Programmi specializzati
- 7.8. Produzione televisiva
  - 7.8.1. Introduzione
  - 7.8.2. Produzione televisiva
  - 7.8.3. Pre-produzione
  - 7.8.4. Riprese
  - 7.8.5. Controllo della produzione
- 7.9. Elaborazione di informazioni in tempo reale e in differita
  - 7.9.1. Introduzione
  - 7.9.2. Trattamento delle informazioni in diretta
  - 7.9.3. Trattamento delle informazioni in differita
- 7.10. Tecniche di editing
  - 7.10.1. Introduzione
  - 7.10.2. Tecniche di editing in televisione
  - 7.10.3. Tipologie di editing

## Modulo 8. Produzione di reportage televisivi

- 8.1. Produzione in televisione
  - 8.1.1. Concetto
  - 8.1.2. Contesto
  - 8.1.3. Strumenti
  - 8.1.4. Processo
- 8.2. Ruoli nella produzione televisiva
  - 8.2.1. Produttore esecutivo
  - 8.2.2. Progettista audiovisivo
  - 8.2.3. Consulente per i contenuti
  - 8.2.4. Pedagogista
  - 8.2.5. Sceneggiatore
  - 8.2.6. Produttore
  - 8.2.7. Assistente di produzione
  - 8.2.8. Direttore della macchina da presa o regista
  - 8.2.9. Assistente del regista
  - 8.2.10. Direttore di scena
  - 8.2.11. Continuista o Raccord
  - 8.2.12. *Floor Manager*
- 8.3. Tecniche di ricerca nel reportage televisivo
  - 8.3.1. Sceneggiatura del reportage televisivo
  - 8.3.2. Telecamera nascosta
  - 8.3.3. Montaggio
  - 8.3.4. Risultato finale
- 8.4. Fonti di ricerca per il reportage televisivo
  - 8.4.1. Tipi di fonti di ricerca
  - 8.4.2. Trattamento delle fonti
  - 8.4.3. Giornalismo audiovisivo e fonti di informazione
  - 8.4.4. Il reportage televisivo nel giornalismo d'inchiesta

- 8.5. Fasi di elaborazione di un servizio televisivo
  - 8.5.1. Fase di pre-produzione
    - 8.5.1.1. Modello di pre-produzione
    - 8.5.1.2. Previsione di spesa
    - 8.5.1.3. Gestione della pre-produzione
  - 8.5.2. Fase di produzione
    - 8.5.2.1. Sceneggiatura finale
    - 8.5.2.2. Giustificazione del metodo di reportage
    - 8.5.2.3. Giustificazione della struttura della storia
    - 8.5.2.4. Giustificazione delle fonti selezionate
    - 8.5.2.5. Relazione di bilancio
    - 8.5.2.6. Responsabilità dei membri del team
  - 8.5.3. Fase di post-produzione
  - 8.5.4. Piano di promozione/diffusione
- 8.6. Sceneggiatura del reportage televisivo
  - 8.6.1. Obiettivi
  - 8.6.2. Tematiche
  - 8.6.3. Attualità
  - 8.6.4. Caratteristiche di un copione
    - 8.6.4.1. Obiettivo
    - 8.6.4.2. Creatività
    - 8.6.4.3. Originalità
    - 8.6.4.4. Intrattenimento
    - 8.6.4.5. Pubblico
- 8.7. Il team di produzione
  - 8.7.1. Cosa si deve produrre?
  - 8.7.2. Mezzi necessari per avviare il progetto
  - 8.7.3. Organizzazione dei mezzi
  - 8.7.4. Bilancio del piano di lavoro
  - 8.7.5. Realizzazione dei lavori, come si agisce?
  - 8.7.6. Valutazione dell'orientamento al mercato
- 8.8. Registrazione, editing e post-produzione del rapporto
  - 8.8.1. Ripresa di immagini
  - 8.8.2. Illuminazione
  - 8.8.3. Editing e redazione del reportage
  - 8.8.4. Realizzazione
  - 8.8.5. Produzione del rapporto
- 8.9. Riproduzione di reportage televisivi
  - 8.9.1. Disegno
  - 8.9.2. Gestione
  - 8.9.3. Permessi di ripresa
  - 8.9.4. Location
  - 8.9.5. Certificazioni
  - 8.9.6. Contatti con gli intervistati
  - 8.9.7. Ricerca della documentazione
  - 8.9.8. Il redattore e le sue esigenze logistiche
  - 8.9.9. Apparecchiature di registrazione
  - 8.9.10. Gestione degli alloggi
  - 8.9.11. Trasporto
  - 8.9.12. Spostamenti
- 8.10. L'intervista televisiva: uno strumento essenziale per il reportage televisivo
  - 8.10.1. Che cos'è un'intervista televisiva?
  - 8.10.2. Caratteristiche
  - 8.10.3. Fattori coinvolti nel processo di comunicazione in televisione
    - 8.10.3.1. Aspetto personale
    - 8.10.3.2. Cosa diciamo (il messaggio)
    - 8.10.3.3. Come viene trasmesso il messaggio
    - 8.10.3.4. L'enunciato
  - 8.10.4. Strumenti
    - 8.10.4.1. Argomento
    - 8.10.4.2. Messaggi, idee chiave
    - 8.10.4.3. Obiettivi
    - 8.10.4.4. Domande e risposte
    - 8.10.4.5. Le 3 "R"

## Modulo 9. Reportage televisivo

- 9.1. Scrittura giornalistica
  - 9.1.1. Il reportage. Caratteristiche
  - 9.1.2. Struttura gerarchica e risorse della redazione della stampa
  - 9.1.3. Convergenza delle notizie nei gruppi multimediali
  - 9.1.4. Il nuovo Giornalismo
- 9.2. Telecamera, montaggio e editing
  - 9.2.1. Conoscenza della gestione della Fotocamera
  - 9.2.2. Editing e montaggio del reportage
  - 9.2.3. Elaborazione sequenziale delle informazioni
  - 9.2.4. Tecniche di narrazione per immagini e tecniche di narrazione testuale
- 9.3. Tecniche di presentazione ed espressione davanti alla telecamera. La diretta televisiva
  - 9.3.1. Tecniche di espressione davanti alla telecamera
  - 9.3.2. Tecniche di controllo dell'aria e delle pause
  - 9.3.3. Ritmo
  - 9.3.4. Vocalizzazione
  - 9.3.5. Modulazione vocale
  - 9.3.6. Tecniche di respirazione
- 9.4. Presentazione
  - 9.4.1. Efficacia nella comunicazione
  - 9.4.2. Padronanza del linguaggio e del linguaggio del corpo
  - 9.4.3. Coordinamento tra lettura del testo e linguaggio del corpo
  - 9.4.4. Linguaggio conciso, semplice e breve
  - 9.4.5. Empatia
  - 9.4.6. Prove
- 9.5. Enunciare
  - 9.5.1. Lettura di testi
  - 9.5.2. Pratica dell'articolazione
  - 9.5.3. Pratica di dizione
  - 9.5.4. Respirazione
  - 9.5.5. Enfasi
  - 9.5.6. Lettura ad alta voce
  - 9.5.7. Tecnica di voce fuori campo
  - 9.5.8. Leggere nel proprio stile
  - 9.5.9. Enunciare in diretta
  - 9.5.10. Intenzione
  - 9.5.11. Naturalezza
- 9.6. Reportage televisivo. Pre-produzione, produzione e realizzazione
  - 9.6.1. Prassi del reportage televisivo
  - 9.6.2. Ricerca della documentazione per il reportage
  - 9.6.3. Esigenze tecniche e umane nel processo di creazione del reportage
  - 9.6.4. Narrazione giornalistica audiovisiva per ciò che verrà detto in onda o fuori onda
  - 9.6.5. Produzione del reportage
- 9.7. Il fotoreportage e le sue tipologie
  - 9.7.1. Il fotoreportage
  - 9.7.2. Fotografia informativa
  - 9.7.3. Testimonianze fotografiche
  - 9.7.4. Saggio
  - 9.7.5. Illustrazione fotografica
- 9.8. Laboratorio di telecamera, montaggio e editing
  - 9.8.1. Riprese e illuminazione
  - 9.8.2. Montaggio del reportage
  - 9.8.3. La ripresa in diretta
  - 9.8.4. La realizzazione
- 9.9. Workshop di reportage
  - 9.9.1. Linee guida per la scelta del tema
  - 9.9.2. Approccio
  - 9.9.3. L'accuratezza del lavoro con le fonti
  - 9.9.4. Verifica delle informazioni
  - 9.9.5. L'importanza della selezione delle informazioni



## Modulo 10. Tendenze della televisione del futuro

- 10.1. Prevalenza di contenuti
  - 10.1.1. Azioni dell'industria multimediale
  - 10.1.2. Televisione via Internet
  - 10.1.3. Servizi di streaming in diretta
  - 10.1.4. Fornitori di pubblicità su Internet
- 10.2. Modelli di monetizzazione
  - 10.2.1. Rallentamento dei servizi di *streaming* tradizionali
  - 10.2.2. Opportunità di espansione
  - 10.2.3. Mercati esteri
  - 10.2.4. Licenze per i contenuti
- 10.3. Il consumatore di contenuti
  - 10.3.1. Il pubblico è stato sostituito dai consumatori
  - 10.3.2. Contenuti originali
  - 10.3.3. Mercato competitivo
  - 10.3.4. Motori di raccomandazione, iper-personalizzazione e modifica dei contenuti
- 10.4. Televisione legata all'ingegneria digitale
  - 10.4.1. Programmazione
  - 10.4.2. Innovazione
  - 10.4.3. Servizi digitali
  - 10.4.4. Piattaforme per il consumo di contenuti
- 10.5. Big Data e un pubblico che cambia
  - 10.5.1. Abitudini di visione
  - 10.5.2. Difficoltà di fidelizzazione del pubblico
  - 10.5.3. Visualizzazione su più dispositivi
  - 10.5.4. Sistemi CRM
- 10.6. TV predittiva
  - 10.6.1. Statistiche di modellazione
  - 10.6.2. Estrazione di dati
  - 10.6.3. Consumo reattivo di contenuti
  - 10.6.4. Attrazione di prodotti audiovisivi
- 10.7. Giornalismo con i droni
  - 10.7.1. Un nuovo genere giornalistico?
  - 10.7.2. Rassegna storica del fenomeno dei droni
  - 10.7.3. Droni e notizie
- 10.8. Il giornalismo con i droni è legato al giornalismo investigativo o al fotogiornalismo
  - 10.8.1. Il giornalismo delle cose
  - 10.8.2. Televisione ovunque
  - 10.8.3. Nuove piattaforme per guardare la televisione
  - 10.8.4. Cambiamenti strutturali nel modello televisivo
  - 10.8.5. Nuove tendenze negli approcci, nell'interazione e nell'immersione
- 10.9. Giornalisti *influencers*
  - 10.9.1. *Instastars, youtubers, vloggers*
  - 10.9.2. Strategia per i Social Media
  - 10.9.3. Agenzie e marchi
  - 10.9.4. Rapporto tra *influencer* e televisione
- 10.10. Il futuro della televisione su Internet
  - 10.10.1. Televisione di qualità su Internet
  - 10.10.2. Video di lunga durata
  - 10.10.3. Reti a banda larga e mobili
  - 10.10.4. 4G e 5G

05

# Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”



### Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



*Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi reali.*

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“*Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera*”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.



## Metodologia Relearning

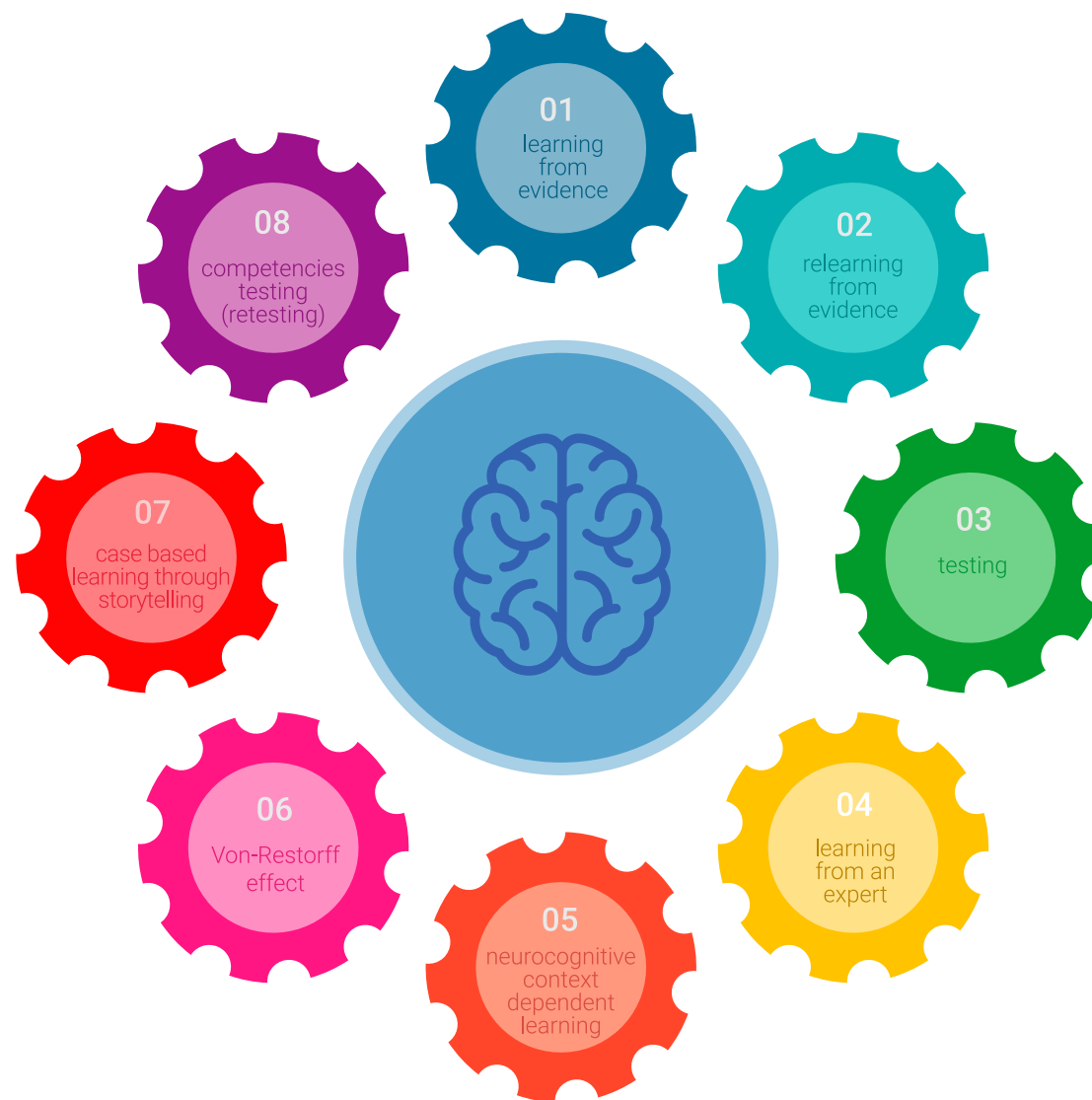
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

In TECH si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



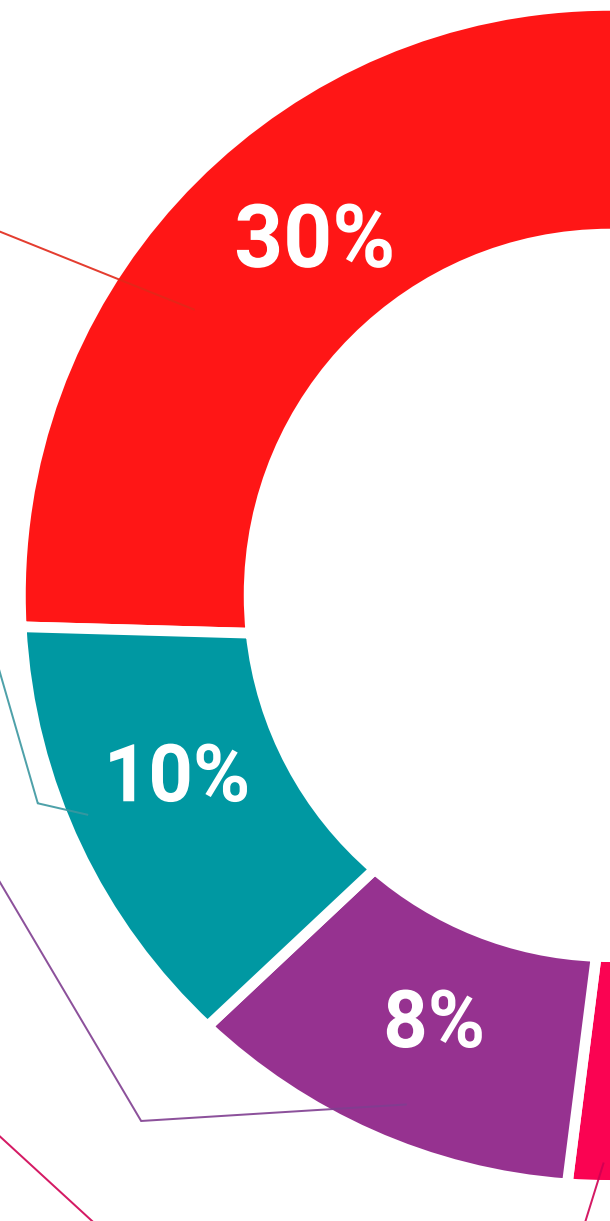
#### Pratiche di competenze e competenze

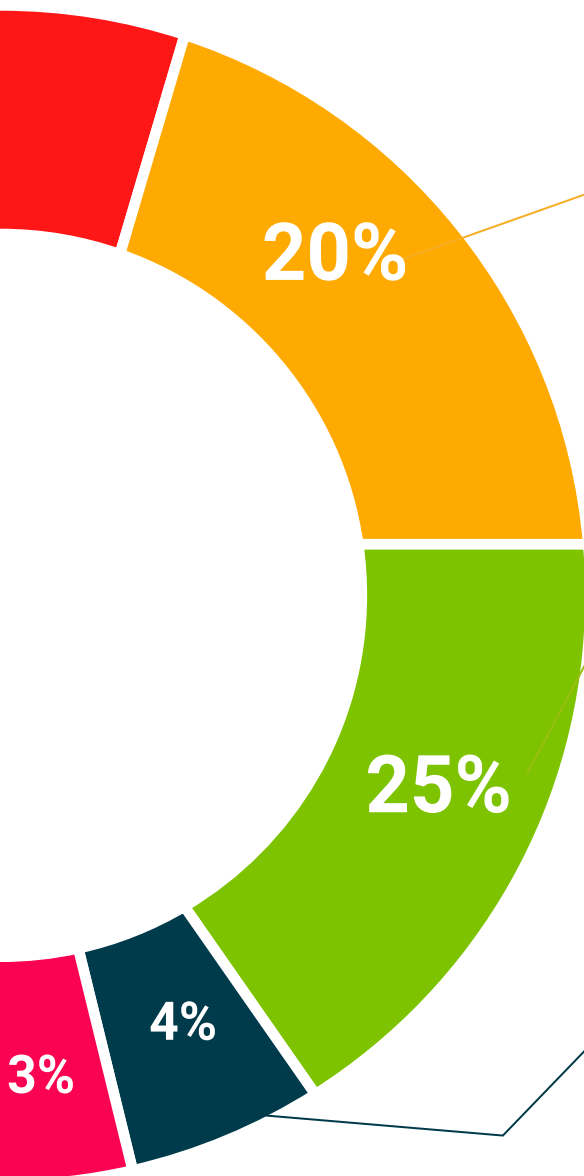
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





**Casi di Studio**

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



**Riepiloghi interattivi**

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



**Testing & Retesting**

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.





06

# Titolo

Il Master Privato in Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”*



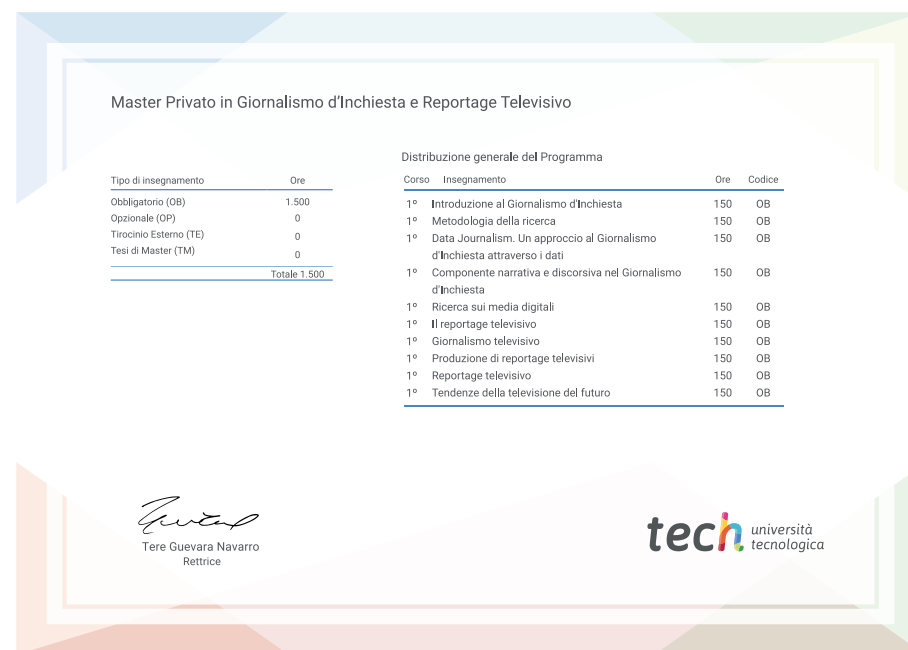
Questo **Master Privato in Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master Privato, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Privato in Giornalismo d'Inchiesta e Reportage Televisivo**

N. Ore Ufficiali: **1.500**



\*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro  
salute fiducia persone  
educazione informazione tutor  
garanzia accreditamento insegnamento  
istituzioni tecnologia apprendimento  
comunità impegno  
attenzione personalizzata innovazione  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingue

**tech** università  
tecnologica

**Master Privato**  
Giornalismo d'Inchiesta  
e Reportage Televisivo

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Master Privato

Giornalismo d'Inchiesta  
e Reportage Televisivo