

TEMI ESTRATTI A.A. 2019/2020 – CICLO XXXV

DOTTORATO DI RICERCA IN COMMUNICATION, MARKETS AND SOCIETY

La comunicazione d'impresa utilizza da sempre la cultura sociale come un serbatoio al quale attingere linguaggi e forme espressive. Allo stesso tempo, anche i consumatori riprendono costantemente i significati presenti nel mondo culturale del consumo e delle marche per utilizzarli rispetto ai loro obiettivi identitari. Il candidato identifichi e discuta criticamente i principali cambiamenti in corso nell'ambito della relazione tra il mondo culturale delle imprese e delle marche e quello dei consumatori.

DOTTORATO DI RICERCA IN VISUAL AND MEDIA STUDIES

Curriculum 1 - Visual Arts

Il candidato tratti, sulla base delle sue conoscenze, il tema della ripresa del passato nella produzione visiva di qualche autore, corrente o tendenza contemporanea.

Curriculum 2 - Film and Media Studies

Il candidato dia conto della perdita di identità e di centralità culturale del cinema nella contemporaneità e, insieme, delle sue forme di resistenza e di 'redenzione', con riferimento al dibattito e attraverso opportuni esempi.

Curriculum 3 - Literature and Transmedia Studies

Il candidato individui e analizzi uno o più nuclei rilevanti della narratologia postclassica al confronto con discipline attigue (logica, semantica, filosofia, antropologia, sociologia, psicologia cognitiva, informatica, neuroscienze e media studies ecc.), proponendo e analizzando esempi letterari pertinenti.