



OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI DEL CORSO E DESCRIZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO (QUADRO A4.a Scheda SUA-CdS)

Scienze della comunicazione

L-20 - Scienze della comunicazione

Il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende formare Laureati in possesso di: competenze di base nei settori strategici della comunicazione di massa e delle abilità necessarie per affrontare le innovazioni tecnologiche e per elaborare nuovi linguaggi; competenze idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali; abilità metodologiche per la gestione dei flussi di comunicazione all'interno delle imprese; competenze funzionali alla definizione dell'immagine aziendale; abilità necessarie per l'approfondimento e la gestione della comunicazione nell'ambito dell'industria culturale, di competenze adeguate alla elaborazione e programmazione della comunicazione interna ed esterna delle organizzazioni sociali e politiche.

Il Laureato dovrà essere in grado di utilizzare in forma scritta e orale almeno una lingua dell'Unione Europea e conoscere i principali strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti di specifica competenza.

Per orientare gli studenti verso progetti formativi più specifici, il corso di laurea si articola in due curricula, corrispondenti a due ampie aree professionali in cui i processi di comunicazione rivestono un ruolo centrale:

Comunicazione di massa:

I Laureati in questo curriculum devono possedere competenze di base nei vari settori delle comunicazioni di massa, nelle sue forme classiche, verbali e visive, e di ultima generazione; possedere le abilità necessarie per affrontare le innovazioni tecnologiche; elaborare nuovi linguaggi verbali ed iconici nel settore della comunicazione di massa e on line; essere in grado di analizzare criticamente le diverse tipologie testologiche e gli effetti dei media sulle varie dimensioni dell'agire sociale, anche in riferimento alla evoluzione storica del sistema politico e istituzionale.

Comunicazione d'impresa:

I Laureati in questo curriculum devono possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi, di marketing e campagne pubblicitario-promozionali, anche on line; abilità metodologiche per la gestione dei flussi di comunicazione in imprese operanti nei vari settori delle attività produttive; competenze funzionali alla definizione della corporate image aziendale, competenze economico-giuridiche, anche in riferimento alla capacità di comprendere criticamente i tratti essenziali della evoluzione storica del sistema politico e istituzionale ove le imprese operano.

Sono comuni agli indirizzi le abilità necessarie per attività relazionali, di analisi dei dati e target di mercato e dei sondaggi di opinione, abilità di progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale; un'adeguata formazione nell'ambito degli strumenti di diffusione e promozione della cultura, intesi come complesso di attività legate agli eventi culturali, nonché come specifiche funzioni comunicative nei settori produttivi e massmediatici di rilevanza anche territoriale e un'adeguata formazione di base relativamente ai settori delle dinamiche e dei comportamenti psico-sociologici, delle fenomenologie narrative, arti verbali e visive considerati sia dal punto di vista storico, economico, semiotico che degli specifici linguaggi espressivi.

In base agli obiettivi formativi si modellano i percorsi didattici per il triennio di Scienze della comunicazione.

Il percorso formativo della Classe, che si sviluppa nei curricula sopra descritti, prevede all'interno di ciascuno di essi un blocco di discipline che costituiscono il nucleo formativo necessario per sviluppare il profilo professionale degli operatori impiegati nell'ambito della comunicazione.



A seconda del campo di applicazione in cui la comunicazione viene utilizzata, richiede approfondimenti teorici ed applicati in alcuni ambiti disciplinari specifici.

Il curriculum di comunicazione di massa si caratterizza in linea generale per la preponderanza delle discipline orientate allo studio e all'analisi di sistemi sociali complessi con particolare attenzione ai fenomeni che caratterizzano la società e l'industria culturale postmoderna. Il curriculum di comunicazione d'impresa mostra una prevalenza delle discipline il cui contenuto è rivolto all'analisi del comportamento degli operatori socio-economici nella loro interazione col mercato, i consumi, gli assetti storico-istituzionali e giuridici.

Comuni sono l'approfondimento delle metodologie d'analisi dei linguaggi, dei codici semiotici e dei testi specifici dei settori caratterizzanti lo sviluppo culturale e comunicativo, con attenzione all'evoluzione dei mondi sociali in termini storici e odierni; lo studio delle discipline socio-mediologiche, economico-giuridiche e psicologiche applicate agli enti pubblici e alle organizzazioni sociali.

I risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i descrittori europei del titolo di studio, saranno conseguiti tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; esperienze di tirocinio professionale supportate da attività di tutorato e supervisione. I risultati di apprendimento attesi saranno verificati tramite: prove intermedie e finali, tesine scritte, esercitazioni pratiche, redazione di brevi relazioni su seminari, convegni di settore.

QUADRO A4.b.1 Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione	<p>I laureati in Scienze della Comunicazione potranno avvalersi di una formazione nelle aree economico-giuridica, sociologica e delle scienze umane, linguistica, letteraria, comunicativa e storica. In entrambi i curricula saranno fornite conoscenze approfondite ed interdisciplinari funzionali alla comprensione e all'analisi critica (narrativa, linguistica, semiotica, psicologica, sociologica, storica e normativa) dei fenomeni comunicativi (anche complessi) in relazione alla evoluzione storica del sistema politico ed istituzionale, ai più recenti mutamenti tecnologici, nonché ai cambiamenti nella gestione dei dati e delle informazioni.</p> <p>Nello specifico, nel curriculum Comunicazione di Massa, le conoscenze fornite saranno specificamente orientate all'acquisizione di strumenti utili alla comprensione e all'analisi delle diverse tipologie testuali (scritte, orali, visuali ecc.) proprie della comunicazione mass-mediatica e culturale nelle loro manifestazioni sia classiche sia digitalizzate/informatizzate/di ultima generazione.</p> <p>Nel curriculum Comunicazione di Impresa, le conoscenze fornite saranno specificamente dirette all'acquisizione di strumenti utili alla comprensione e all'analisi delle differenti tipologie comunicative utilizzate dalle imprese operanti nei vari settori dell'attività produttiva. In particolare, le conoscenze interdisciplinari permetteranno agli studenti di comprendere i modi in cui le imprese prendono decisioni e gestiscono i rapporti con i clienti, i fornitori, i consumatori ecc.</p> <p>La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.</p>
--	---



Capacità di applicare conoscenza e comprensione	<p>Il CdS L-20, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione rivolta all'acquisizione di capacità operative. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi e alla redazione di differenti prodotti testuali.</p> <p>Nello specifico, nel curriculum Comunicazione di Massa, si acquisiranno competenze adeguate a sviluppare prodotti comunicativi e culturali per enti pubblici e privati; nel curriculum Comunicazione di Impresa, si acquisiranno competenze adeguate a partecipare attivamente all'attività comunicativa d'impresa.</p> <p>Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienza obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende, supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.</p> <p>Inoltre la capacità di applicare la conoscenza e la comprensione trova conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito lo studente è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti dell'argomento approfondito.</p>
--	--

QUADRO A4.b.2 Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Area Economico-Aziendale e Giuridica
Conoscenza e comprensione
<p>Sul piano giuridico, il percorso formativo introduce alla conoscenza degli elementi istituzionali del diritto pubblico e delle libertà fondamentali garantite dal testo costituzionale, con una attenzione particolare alla libertà e segretezza della corrispondenza ed alla libertà di manifestazione del pensiero. La conoscenza di tali diritti fondamentali viene approfondita, anche nei suoi risvolti applicativi connessi con l'utilizzo delle nuove tecnologie, attraverso lo studio del diritto dell'informazione e della comunicazione.</p> <p>Sul piano economico-aziendale, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze di base inerenti alla disciplina del marketing. In particolare, i fondamenti e le problematiche gestionali saranno affrontati in modo rigoroso, offrendo allo studente un inquadramento logico e metodologico adeguato alla piena comprensione dei modi in cui le aziende prendono le decisioni e implementano le relative politiche con riferimento al loro rapporto con i consumatori, i clienti, la concorrenza e i distributori.</p> <p>La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.</p>

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sul piano giuridico, la formazione impartita offre la capacità di conoscere le istituzioni italiane ed europee, di comprendere e distinguere le diverse fonti del diritto ed il loro valore, di conoscere i criteri per interpretarle. In modo particolare, la formazione giuridica erogata permette di conoscere le specifiche normative che regolano il sistema dell'informazione e della comunicazione, al fine di poter correttamente operare e applicare le altre conoscenze acquisite nel campo della comunicazione. Sul piano economico-aziendale, la formazione impartita offre la capacità conoscere i metodi necessari per poter prendere le decisioni strategiche e operative che riguardano la condotta aziendale indipendentemente dal settore merceologico di riferimento. In particolare, relativamente alla parte strategica vengono approfondite le tecniche di costruzione della mappa di scenario, l'analisi swot e i processi di segmentazione e posizionamento. Per quanto riguarda le decisioni operative, gli studenti saranno in grado di manovrare le variabili del marketing mix (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione) in modo coerente e integrato. Il tutto è poi finalizzato della costruzione del piano di marketing.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienze obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE

FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA

LABORATORIO DI ANALISI DEI TESTI PER LE RICERCHE DI MARKETING

LABORATORIO DI DIRITTO DELL'INFORMAZIONE AUDIOVISIVA NAZIONALE E LOCALE

LABORATORIO DI POLITICA ECONOMICA E BIG DATA ANALYSIS [1](#)

LABORATORIO: IL PIANO DI MARKETING

LABORATORIO SUL REGOLAMENTO EUROPEO IN MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI. NUOVE REGOLE E ADEGUAMENTO AZIENDALE

MARKETING

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO

Area Sociologica e delle Scienze Umane

Conoscenza e comprensione

L'Area Sociologica e delle Scienze Umane ha come obiettivo l'acquisizione di concetti, teorie e modelli che afferiscono ai campi della sociologia (generale, della comunicazione, del lavoro, giuridica e politica), della psicologia sociale (interpersonale, intragruppale, intergruppale e culturale) e della comunicazione. L'area si caratterizza per l'analisi dell'evoluzione delle principali istituzioni sociali, culturali, educative-formative, politiche, economiche, giuridiche, dal punto di vista dei processi sociali che caratterizzano le società contemporanee.

In particolare, rispetto all'ambito della comunicazione, l'Area ha come finalità la conoscenza delle principali teorie psicologiche riguardanti la comunicazione interpersonale, di massa e politica.

Inoltre, prevede la comprensione dei modelli sociologici della comunicazione, delle caratteristiche distintive dei mezzi di comunicazione (stampa, radiotelevisione, nuovi canali tecnologici, informatici e multimediali) e degli effetti dei mass media e dei nuovi media sull'agire sociale.

Nel settore sociologico, lo scopo è di conseguire la conoscenza dei concetti base della sociologia, delle principali teorie sociali contemporanee e dei metodi di ricerca sociale.

Infine, in merito ai processi formativi, si intende raggiungere la comprensione dei significati e delle finalità dell'educazione, dell'istruzione e della formazione e dell'influenza esercitata da tali processi sul tessuto socio-economico di un paese.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di



ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Rispetto alla possibilità di applicazione delle conoscenze acquisite, l'Area Sociologica e delle Scienze Umane intende in generale infondere capacità di modellizzazione di fenomeni sociali, comunicativi, psicologici, formativi e culturali.

Ciò permette il conseguimento di competenze nella progettazione e realizzazione di attività e servizi nel settore della comunicazione, nell'adottare strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione, nonché nell'elaborare nuovi linguaggi nel settore della comunicazione di massa e dei nuovi media.

L'Area Sociologica e delle Scienze Umane consente di sviluppare, inoltre, capacità di applicazione dei principali strumenti teorico-metodologici delle scienze sociali e psicologiche all'analisi dei processi e delle strutture delle società contemporanee. In particolare, offre competenze nell'utilizzo delle principali tecniche di ricerca sociale, quantitative e qualitative, e nell'analisi con metodi scientifici (sia qualitativi, sia quantitativi) della comunicazione verbale.

L'Area Sociologica e delle Scienze Umane consente, quindi, l'acquisizione di un atteggiamento critico nella valutazione delle dinamiche sociali e dei comportamenti individuali e collettivi, attraverso la conoscenza delle dimensioni cognitive, sociali e culturali che concorrono a influenzare la percezione della realtà sociale.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienze obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE

COMUNICAZIONE DI MASSA E NUOVI MEDIA

LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE

LABORATORIO DI TEORIE E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI

LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE

PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI

PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE

PSICOLOGIA SOCIALE

SOCIOLOGIA DEL LAVORO

SOCIOLOGIA GIURIDICA E DEL MUTAMENTO SOCIALE

TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI

SOCIOLOGIA

SOCIOLOGIA

Area linguistica, letteraria, comunicativa e storica

Conoscenza e comprensione

Gli elementi caratterizzanti l'area consentono di acquisire la padronanza del lessico specifico di ogni disciplina, le metodologie d'analisi delle diverse forme verbali ed iconiche di testualità, la capacità di analisi critica e l'interpretazione di testi multimediali, nell'evoluzione dei diversi contesti storico-politici di riferimento.

L'Area si propone le finalità di offrire la conoscenza e la capacità di comprensione adeguata a sviluppare le competenze per il supporto comunicativo nella comunicazione aziendale e nella pubblica amministrazione;

la modalità di promozione e diffusione mediatica dei contenuti culturali nazionali e internazionali;

la conoscenza e l'applicazione delle tecniche dei media verbo- visuale;

la conoscenza delle strutture grammaticali di almeno due lingue dell'Unione Europea, utilizzandole fluentemente, in forma scritta e orale;

la conoscenza delle tecniche di decodifica delle relazioni intersemiotiche tra diversi media;

l'apprendimento della storicità dei codici e dei linguaggi.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Rispetto alla possibilità di applicazione delle conoscenze acquisite, l'Area intende in generale infondere capacità di analisi scientifica dei testi mediatici, storici, letterari e dotati di complessità segnica nonché delle testualità iconiche e sociali;

l'implementazione dei contenuti comunicativi e culturali per enti pubblici e privati;

la creazione di testi promozionali;

la creazione di contenuti culturali per i media;

i procedimenti d'analisi, di decodificazione e d'interpretazione dei testi su più livelli (Linguistico, Semiotico, Iconico, Storico, Storico-istituzionale e politico, Letterario, Editoriale e Web);

la creazione di testi a forte tasso interdisciplinare rivolti al pubblico nazionale e internazionale;

la creazione di relazioni e rapporti intersemiotici tra diversi media.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienza obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

ESTETICA

FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA

FOTOGRAFIA E NUOVE TECNOLOGIE VISUALI

INFORMATICA

LABORATORIO DI CREAZIONE DI PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI

LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO

LABORATORIO DI SCRITTURE BREVI: IL BLOG IN AULA

LABORATORIO DI TECNICA E PRATICA DELLA RADIO DIGITALE

LABORATORIO DI TECNICHE PUBBLICITARIE

LABORATORIO SUL DOCUMENTARIO RADIOFONICO E RADIODRAMMA

LINGUA E CULTURA FRANCESE

LINGUA E CULTURA SPAGNOLA

LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI

LINGUISTICA DEI MEDIA

MUSICA PER I MEDIA

SCIENZA POLITICA

SEMILOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI



STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE DELLA CITTADINANZA
STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE DELLA DEMOCRAZIA
LINGUA INGLESE
LINGUA E CULTURA TEDESCA
STORIA CONTEMPORANEA
STORIA CONTEMPORANEA
STORIA DEL PENSIERO POLITICO
STORIA DEL PENSIERO POLITICO
SEMIOTICA

PER LA VISIONE DEI PIANI DI STUDIOSI RINVIA AL SITO:

<http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/archivio-didattica/anno-accademico-2018-19/piano-di-studio-a.a.-2018-2019>