

Corso di laurea in
Comunicazione di impresa
 Classe 14 – Scienze della comunicazione

PIANO DEGLI STUDI

INDIRIZZO AZIENDALISTICO

	<i>Disciplina</i>	CFU
I ANNO		
	Economia applicata	8
	Sociologia (Elementi di Sociologia)*	8
	Istituzioni di Diritto pubblico (Istituzioni di diritto pubblico e Organizzazione costituzionale dello Stato)*	8
	Storia contemporanea (Fondamenti di Storia contemporanea e analisi storica delle comunicazioni di massa)*	8
	Semiotica	8
	Teoria e Tecnica della comunicazione di massa	8
	Lingua Inglese scritta e parlata (Corso lingua inglese scritta e parlata)*	6
	Informatica Alfabetizzazione (Corso di Informatica Alfabetizzazione)*	1
	Composizione testi	2
II ANNO		
	Sociologia della comunicazione (Sociologia dei processi comunicativi)*	8
	Nozioni giuridiche fondamentali	8
	Psicologia sociale	8
	Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	8
	Informatica	8
	Marketing	8
	<i>Una lingua straniera a scelta tra:</i> - Lingua francese - Lingua spagnola - Lingua tedesca	4
	Laboratorio di scrittura	1
III ANNO		
	<i>Una letteratura a scelta tra:</i> - Letteratura francese - Letteratura spagnola - Letteratura tedesca	4
	Metodologia e tecnica della ricerca sociale (Tecniche e metodi dei sondaggi e delle rilevazioni di opinioni cfu 4 + Teoria e tecnica della comunicazione aziendale cfu 4)*	8
	Diritto dell'informazione e della comunicazione	8
	Economia e gestione aziendale	8
	Psicologia della comunicazione (Teoria e tecnica del colloquio)*	8
	Sociologia del lavoro	8
	Laboratori /attività seminariale	8
	Attività formative a scelta dello studente	9
	Stage e prova finale	9
Totale crediti		180

* () Le denominazioni tra parentesi sono equivalenti.

LABORATORI E ATTIVITÀ SEMINARIALI

Lo studente deve seguire nel triennio un seminario a scelta e due laboratori tra quelli attivati

Laboratori (crediti 3)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica del sistema dei media: gli studenti devono frequentare due laboratori a scelta tra quelli attivati.

- Laboratorio di comunicazione musicale 1
- Laboratorio di comunicazione musicale 2
- Laboratorio di culture ispaniche
- Laboratorio di geopolitica
- Laboratorio di linguaggio cinematografico
- Laboratorio di fonti multimediali per la storia

Attività seminariali (crediti 2)**I anno**

- Semiotica
- Storia contemporanea (Fondamenti di Storia contemporanea e analisi storica delle comunicazioni di massa)*
- Teoria e Tecnica della Comunicazione di massa

II anno

- Marketing
- Sociologia della comunicazione (Sociologia dei processi comunicativi)*
- Psicologia sociale
- Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo

III anno

- Psicologia della comunicazione (Teoria e tecnica del colloquio)*
- Diritto dell'informazione e della comunicazione
- Sociologia del lavoro
- Economia e gestione aziendale

ATTIVITÀ FORMATIVA A SCELTA (crediti 9)

Lo studente potrà scegliere come attività formativa sia gli insegnamenti facoltativi od obbligatori della Facoltà non compresi nel proprio piano di studi, incluse le attività seminariali e laboratoriali attivate nei tre anni di corso, sia gli insegnamenti di tutte le altre Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate e lo studente avrà altresì la possibilità di scegliere tra altre attività formative, inerenti l'ordinamento didattico, da sottoporre alla Commissione didattica per il riconoscimento di crediti.

Attività professionalizzanti

Vengono organizzati incontri con esperti qualificati dei principali settori scientifico-disciplinari: la frequenza comporterà l'attribuzione di crediti riconoscibili come attività formative a scelta.

* () Le denominazioni tra parentesi sono equivalenti.