



Università degli Studi di Macerata
FACOLTÀ DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

offerta formativa 2008-2009

indice

- 2** Perché studiare Scienze della comunicazione
Sbocchi occupazionali
Scienze della comunicazione a Macerata
Corsi di laurea

- 3** Laurea triennale in Scienze della comunicazione
- 3** Indirizzo: *comunicazione di massa*
- 5** Indirizzo: *comunicazione d'impresa*
- 7** Indirizzo: *comunicazione culturale*
- 9** Indirizzo: *comunicazione sociale e politica*

- 11** Laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
- 11** Indirizzo: *comunicazione d'impresa e pubblicità*
- 13** Indirizzo: *Comunicazione editoriale*

- 15** Contatti



perché studiare scienze della comunicazione

Se vi è una dimensione, oggi emergente, nella società moderna è la dimensione della comunicazione. In nessun settore della vita sociale, infatti, si può ormai prescindere dai problemi, anche tecnologici, della comunicazione. La stessa globalizzazione risulta strettamente connessa ai nuovi processi comunicativi in quanto presuppone lo sviluppo di modalità di produzione e scambio di simboli condivisi a livello planetario.

sbocchi occupazionali

Secondo un'indagine nazionale di AlmaLaurea (2007), è aumentata la quota di laureati che opera nel campo della comunicazione. A cinque anni dalla laurea, la metà risulta impiegata a tempo indeterminato negli stessi settori. I campi professionali che più "rimarginano" le attese dei neolaureati sono quelli della comunicazione d'impresa e del marketing e della pubblicità, seguiti dalla redazione di contenuti medial e multimediali. La metà di quanti operano nella comunicazione si colloca nell'area della comunicazione pubblica e aziendale, e quasi un terzo nel campo dei new media e nelle redazioni radiotelevisive e giornalistiche.

scienze della comunicazione a macerata

In Italia sono pochi gli atenei nei quali, come a Macerata, esiste una vera e propria Facoltà di Scienze della Comunicazione e non un semplice corso di laurea. Secondo rilevazioni recenti, a tre anni di distanza dalla laurea i dottori in Scienze della Comunicazione **che risultano occupati sono oltre il 66%**. Che le cose a Macerata funzionino bene lo dice anche l'inserimento della Facoltà nel progetto "Ateneo di Qualità" dell'Università di Macerata ai sensi della norma ISO 9001.

corsi di laurea

Nell'Anno Accademico 2008-2009 la Facoltà di Scienze della comunicazione dell'Università di Macerata attiva i seguenti corsi di laurea:

1 - CdL triennale in *Scienze della Comunicazione* – classe L-20, articolato in quattro indirizzi:

- comunicazione di massa
- comunicazione d'impresa
- comunicazione culturale
- comunicazione sociale e politica

Completato il corso di laurea triennale sarà possibile acquisire ulteriore professionalità attraverso la laurea magistrale:

2 - CdL magistrale *Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità* – classe LM-59, articolato in due indirizzi:

- comunicazione d'impresa e pubblicità
- comunicazione editoriale

La Facoltà si avvale del contributo di numerosi esperti nei vari settori delle scienze della comunicazione. Ai corsi collaborano, inoltre, docenti provenienti da vari paesi europei ed extraeuropei, i quali consentono di sviluppare rapporti costruttivi con le università straniere.

La didattica è stata organizzata in modo da concentrare in determinati archi temporali l'impegno dello studente in aula e nei laboratori, garantendo un proficuo studio individuale e lo svolgimento di attività integrative professionalizzanti. Agli studenti viene, inoltre, assicurata la possibilità di frequentare seminari di approfondimento e corsi di eccellenza.

Laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20)

Indirizzo: *comunicazione di massa*

Sbocchi occupazionali e professionali

Il laureato nell'indirizzo in “**Comunicazione di massa**” potrà svolgere attività professionali nell'ambito di uffici stampa, uffici per le relazioni con il pubblico, aziende editoriali e pubblicitarie, come pure nei vari settori della gestione delle risorse umane nelle strutture pubbliche e private, nelle imprese e nelle organizzazioni del terzo settore.

PIANO DI STUDIO

I ANNO

SECS-P/02 Macroeconomia applicata	cfu 8
SPS/07 Sociologia	cfu 8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	cfu 8
M-STO/04 Storia contemporanea	cfu 8
M-FIL/05 Semiotica	cfu 8
SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese	cfu 8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	cfu 8

II ANNO

SPS/08 Sociologia della comunicazione	cfu 8
M-PSI/05 Psicologia sociale	cfu 8
L-ART/06 Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	cfu 8
ING-INF/05 Informatica	cfu 9
L-LIN/01 Linguistica generale	cfu 8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	cfu 6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	cfu 6

III ANNO

IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	cfu 6
M-FIL/04 Estetica	cfu 8
SPS/12 Sociologia giuridica e del mutamento sociale	cfu 8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione	cfu 8
M-PED/01 Teorie e modelli dei processi formativi	cfu 8

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formativa a scelta dello studente</i>	<i>cfu 16</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>

<i>prova finale</i>	<i>cfu 8</i>
---------------------	--------------

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel triennio un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

Laboratori attivati

M-PSI/01 Laboratorio di analisi del dialogo

M-FIL/05 Laboratorio di analisi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di comunicazione musicale 1
L-LIN/06 Laboratorio di culture ispaniche
M-STO/04 Laboratorio di fonti multimediali per la storia
M-STO/04 Laboratorio di geopolitica
L-ART/06 Laboratorio di linguaggio cinematografico
M-PED/01 Laboratorio di pedagogia virtuale
M-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura e di esegesi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web
SECS-P/06 Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino

Attività formativa a scelta (crediti 16)

I crediti dell'attività formativa a scelta possono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20)

Indirizzo: *comunicazione d'impresa*

Sbocchi occupazionali e professionali

Il laureato nell'indirizzo in "Comunicazione d'impresa" potrà mettere a frutto le conoscenze e le competenze acquisite nell'ambito del management comunicativo e delle nuove tecnologie della comunicazione per le esigenze della gestione aziendale, e collaborare nella organizzazione di unità aziendali per le relazioni con il pubblico.

PIANO DI STUDIO

I ANNO

SECS-P/02 Microeconomia applicata	cfu 8
SPS/07 Sociologia	cfu 8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	cfu 8
M-STO/04 Storia contemporanea	cfu 8
M-FIL/05 Semiotica	cfu 8
SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese	cfu 8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	cfu 6

II ANNO

SPS/08 Sociologia della comunicazione	cfu 8
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali	cfu 6
M-PSI/05 Psicologia sociale	cfu 8
L-ART/06 Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	cfu 8
ING-INF/05 Informatica	cfu 9
SECS-P/08 Marketing	cfu 8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	cfu 6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	cfu 6

III ANNO

SPS/07 Metodologia della ricerca sociale	cfu 8
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	cfu 6
SECS-P/02 Economia della comunicazione	cfu 8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione	cfu 8
SPS/09 Sociologia del lavoro	cfu 8

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formativa a scelta dello studente</i>	<i>cfu 12</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>
<i>prova finale</i>	<i>cfu 8</i>

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel triennio un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

Laboratori attivati

M-PSI/01 Laboratorio di analisi del dialogo

M-FIL/05 Laboratorio di analisi testuale

ING-INF/05 Laboratorio di comunicazione musicale 1

L-LIN/06 Laboratorio di culture ispaniche

M-STO/04 Laboratorio di fonti multimediali per la storia

M-STO/04 Laboratorio di geopolitica

L-ART/06 Laboratorio di linguaggio cinematografico

M-PED/01 Laboratorio di pedagogia virtuale

M-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione

L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura e di esegesi testuale

ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata

SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale

M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi

ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web

SECS-P/06 Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino

Attività formativa a scelta (crediti 12)

I crediti dell'attività formativa a scelta possono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20)

Indirizzo: *comunicazione culturale*

Sbocchi occupazionali e professionali

Il laureato nell'indirizzo in "Comunicazione culturale" potrà mettere a frutto le conoscenze e le competenze acquisite nelle attività all'interno del sistema dell'informazione e dell'editoria; nell'interpretazione, valorizzazione e sperimentazione di attività del mondo dello spettacolo, con risorse impiegabili presso enti pubblici e privati di produzione o di programmazione teatrale, radiotelevisiva, musicale e cinematografica.

PIANO DI STUDIO

I ANNO

SPS/08 Comunicazione dell'industria culturale	cfu 8
SECS-P/02 Economia della cultura	cfu 8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	cfu 8
M-STO/04 Storia sociale della comunicazione	cfu 8
L-FIL-LET/11 Forme della comunicazione letteraria	cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese	cfu 8
L-ART/05 Comunicazione teatrale	cfu 8
SPS/04 Scienza politica	cfu 8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	cfu 6

II ANNO

M-FIL/05 Semiotica	cfu 8
M-FIL/04 Teoria della parola e delle immagini	cfu 8
L-ART/06 Produzione e consumo cinematografico	cfu 8
L-ART/06 Fotografia e nuove tecnologie visuali	cfu 8
L-ART/07 Musica per i media	cfu 8
ING-INF/05 Informatica	cfu 9
Una lingua straniera a scelta tra: L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	cfu 6
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	cfu 6

III ANNO

L-LIN/01 Linguaggi settoriali	cfu 8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale	cfu 6
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	cfu 6
M-PSI/05 Psicologia sociale	cfu 8

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formativa a scelta dello studente</i>	<i>cfu 12</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>

<i>prova finale</i>	<i>cfu 8</i>
---------------------	--------------

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel triennio un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

Laboratori attivati

M-PSI/01 Laboratorio di analisi del dialogo
M-FIL/05 Laboratorio di analisi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di comunicazione musicale 1
L-LIN/06 Laboratorio di culture ispaniche
M-STO/04 Laboratorio di fonti multimediali per la storia
M-STO/04 Laboratorio di geopolitica
L-ART/06 Laboratorio di linguaggio cinematografico
M-PED/01 Laboratorio di pedagogia virtuale
M-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura e di esegesi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web
SECS-P/06 Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino

Attività formativa a scelta (crediti 12)

I crediti dell'attività formativa a scelta possono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20) Indirizzo: *comunicazione sociale e politica*

Sbocchi occupazionali e professionali

Il laureato nell'indirizzo in "Comunicazione sociale e politica" potrà svolgere attività professionali negli uffici stampa, negli uffici di comunicazione e relazioni con il pubblico degli enti pubblici, nelle organizzazioni politiche e sindacali. Potrà altresì svolgere attività di consulenza nell'ambito della comunicazione pubblica, sociale e politica.

PIANO DI STUDIO A. A. 2008 - 2009

I ANNO

SECS-P/02 Economia e contabilità nazionale	cfu 8
SPS/04 Scienza politica	cfu 8
SPS/07 Sociologia	cfu 8
M-STO/04 Storia dei partiti e dei movimenti politici	cfu 8
M-FIL/05 Linguaggio politico	cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese	cfu 8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	cfu 6
M-PED/01 Teoria e modelli dei processi formativi	cfu 8

II ANNO

SPS/08 Sociologia della comunicazione	cfu 8
M-PSI/05 Psicologia politica	cfu 8
L-ART/06 Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	cfu 8
ING-INF/05 Informatica	cfu 9
SPS/12 Istituzioni giuridiche e mutamento sociale	cfu 8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	cfu 6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	cfu 6

III ANNO

SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	cfu 8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale	cfu 6
SECS-P/02 Economia e finanza pubblica	cfu 8
M-PSI/06 Psicologia dei gruppi e delle organizzazioni	cfu 8
SPS/11 Sociologia della politica	cfu 8
IUS/08 Diritto costituzionale	cfu 6

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formative a scelta dello studente</i>	<i>cfu 12</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>

<i>Prova finale</i>	<i>cfu 8</i>
---------------------	--------------

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel triennio un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

Laboratori attivati

M-PSI/01 Laboratorio di analisi del dialogo
M-FIL/05 Laboratorio di analisi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di comunicazione musicale 1
L-LIN/06 Laboratorio di culture ispaniche
M-STO/04 Laboratorio di fonti multimediali per la storia
M-STO/04 Laboratorio di geopolitica
L-ART/06 Laboratorio di linguaggio cinematografico
M-PED/01 Laboratorio di pedagogia virtuale
M-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura e di esegesi testuale
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web
SECS-P/06 Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino

Attività formativa a scelta (crediti 12)

I crediti dell'attività formativa a scelta possono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59)

Indirizzo: *comunicazione d'impresa e pubblicità*

Sbocchi occupazionali e professionali

I laureati al corso di laurea magistrale, indirizzo comunicazione d'impresa e pubblicità, potranno mettere a frutto le conoscenze e le competenze acquisite nell'ambito del management comunicativo e delle nuove tecnologie della comunicazione nei diversi comparti aziendali, industriali, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni no profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione (eventi, campagne, servizi per la stampa e pubbliche relazioni).

PIANO DI STUDIO

I ANNO

ING-INF/05 Acustica multimediale	cfu 8
L-ART/06 Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria	cfu 8
IUS/08 Diritto Costituzionale	cfu 6
SECS-P/02 Economia dell'impresa e del territorio	cfu 8
SECS-P/08 Marketing dei servizi	cfu 8

II ANNO

L-FIL-LET/11 Produzione e diffusione letteraria	cfu 8
ING-INF/05 Progettazione di sistemi multimediali	cfu 8
L-ART/06 Realizz. di documentari per l'impresa e il territorio	cfu 8
SECS-P/02 Economia dell'impresa e dei settori	cfu 8
L-LIN/01 Pragmatica e retorica	cfu 8
SECS-P/02 Politica economica	cfu 8

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formativa a scelta</i>	<i>cfu 8</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>

<i>Prova finale</i>	<i>cfu 19</i>
---------------------	---------------

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel biennio magistrale un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

SPS/08 Laboratorio di comunicazione del rischio tecnologico
SPS/04 Laboratorio di politica delle innovazioni istituzionali
SPS/11 Laboratorio di comunicazione politica e sindacale
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura e comunicazione di massa
M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi
L-LIN/01 Laboratorio di comunicazione linguistica verbale e iconica
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche audio per l'editing e l'analisi del suono
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la comunicazione sul web

Attività formativa a scelta (crediti 8)

I crediti dell'attività formativa a scelta devono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59)

Indirizzo: *Comunicazione editoriale*

Sbocchi occupazionali e professionali

I laureati al corso di laurea magistrale, indirizzo comunicazione **editoriale**, potranno svolgere funzioni di responsabilità, nei diversi comparti delle imprese editoriali, sia tradizionali che multimediali e online. I laureati in questo indirizzo potranno altresì intraprendere un adeguato percorso formativo per accedere ai settori della comunicazione e dell'informazione.

PIANO DI STUDIO A. A. 2008-09

I ANNO

L-FIL-LET/10 Comunicazione letteraria	cfu 8
ING-INF/05 Acustica multimediale	cfu 8
SPS/08 Comunicazione editoriale	cfu 8
SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	cfu 8
<i>Una lingua a scelta tra:</i>	
L-LIN/07 Lingua spagnola per la comunicazione	cfu 6
L-LIN /14 Lingua tedesca per la comunicazione	cfu 6

II ANNO

ING-INF/05 Informatica per la comunicazione	cfu 8
ING-INF/05 Editoria multimediale	cfu 8
M-PSI/05 Psicologia della formazione	cfu 8
M-STO/04 Storia del giornalismo	cfu 8
SECS-P/02 Politica economica	cfu 8
SPS/04 Politica e politiche culturali	cfu 8

<i>Laboratori</i>	<i>cfu 4</i>
<i>Attività formativa a scelta</i>	<i>cfu 8</i>
<i>Stage</i>	<i>cfu 3</i>

<i>Prova finale</i>	<i>cfu 19</i>
---------------------	---------------

Laboratori (crediti 4)

I laboratori hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di strumenti e tecniche utili alla conoscenza e alla pratica dei sistemi dei media.

Lo studente deve acquisire nel biennio magistrale un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati:

- SPS/08 Laboratorio di comunicazione del rischio tecnologico
- SPS/04 Laboratorio di politica delle innovazioni istituzionali
- SPS/11 Laboratorio di comunicazione politica e sindacale
- L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura e comunicazione di massa

M-PSI/05 Laboratorio sulla gestione del gruppo e dei conflitti interpersonali e lavorativi
L-LIN/01 Laboratorio di comunicazione linguistica verbale e iconica
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche audio per l'editing e l'analisi del suono
ING-INF/05 Laboratorio di tecniche per la comunicazione sul web

Attività formativa a scelta (crediti 8)

I crediti dell'attività formativa a scelta devono essere acquisiti a partire dal II anno accademico.

Lo studente può scegliere come attività formativa a scelta sia gli insegnamenti o le altre attività formative proposte dalla Facoltà non comprese nel proprio piano di studi, sia gli insegnamenti o le altre attività di tutte le Facoltà dell'Ateneo.

Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

SPORTELLLO DI PRIMA ACCOGLIENZA

Via Don Minzoni, 2 – Piano Terra

L'ufficio fornisce informazioni su orario attività didattiche, esami, programmi dei corsi, modalità di iscrizione agli esami. Presso l'ufficio sono in distribuzione le guide dello studente.

Primo Mascitti

T 0733-258.2510