UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA

università
degli studi
di macerata

guida di facoltà

anno accademico 2009/2010

scienze della comunicazione

guida alla facoltà di scienze della comunicazione

anno accademico 2009/2010

Testi a cura della Segreteria di Facoltà

certificato del sistema qualità
N° 50 100 7144

Università degli Studi
di Macerata

© 2009 unimc

progetto grafico
dott.ssa Chiara Crucianelli
CIEM

Si ringrazia il dott. Giorgio Cipolletta
per la preziosa collaborazione.

Le informazioni contenute nella presente guida sono riportate nel sito della Facoltà e dell'Università, che si consiglia di consultare anche per ulteriori notizie concernenti l'offerta formativa.
I siti sono consultabili ai seguenti indirizzi:
www.unimc.it/didattica/facolta/comunicazione
www.unimc.it

Indice

1 La Facoltà di scienze della comunicazione 1
1.1 Corsi di laurea 2
1.2 Master e corsi di perfezionamento 2
1.3 Organizzazione 3
1.4 Politica della qualità 6
1.5 Un bollino di professionalità 6
1.6 Servizi 7
1.7 Calendario didattico a.a. 2008-2009 8
1.8 Notizie utili 10

2 Corso di laurea triennale (classe L-20) 18
2.1 Indirizzo: comunicazione di massa 20
2.2 Indirizzo: comunicazione d'impresa 22
2.3 Indirizzo: comunicazione culturale 24
2.4 Indirizzo: comunicazione sociale e politica 26

3. Corso di laurea triennale scienze della comunicazione (classe 14) ad esaurimento chiuso alla immatricolazioni 28
3.1 Indirizzo: comunicazione di massa 28
3.2 Indirizzo: comunicazione d'impresa 30
3.3 Indirizzo: comunicazione culturale 32
3.4 Indirizzo: comunicazione sociale e politica 34

4. Corso di laurea magistrale (classe LM-59) Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità 43 36
4.1 Indirizzo: comunicazione d'impresa e pubblicità 38
4.2 Indirizzo: comunicazione editoriale 40

5. Corsi e docenti 42

1. La Facoltà di Scienze della Comunicazione

L'Università degli Studi di Macerata, dall'anno accademico 1997-1998 ha attivato il Corso di Laurea Interfacoltà in Scienze della Comunicazione. Dall'anno a.a. 2004-2005 è stata istituita la Facoltà di Scienze della Comunicazione. La Facoltà di Scienze della Comunicazione ha attivato un'unica classe di laurea triennale e un'unica classe di laurea magistrale. In questo modo viene garantita agli studenti chiarezza e coerenza di scelta nel percorso di studi, consentendo loro una maggior mobilità a livello nazionale ed europeo. I diversi curricula attivati, allo stesso tempo, ottimizzano, da un lato, la tradizione scientifica e le attività di ricerca dell'Ateneo e garantiscono, dall'altro, una formazione specializzante e le competenze professionali maggiormente richieste dal mercato del lavoro.

Perché studiare scienze della comunicazione

Se vi è una dimensione, oggi emergente nella società moderna, che appare in grado di caratterizzarla meglio di qualunque altra, questa è indubbiamente la dimensione della comunicazione. In nessun settore della vita sociale, infatti, si può ormai prescindere dai problemi, anche tecnologici, della comunicazione, il cui studio appare quindi più che mai strettamente connesso allo studio della società in quanto tale. In tale ampio quadro 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. La Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Macerata si avvale del contributo di 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 laboratori pratici e, a quelli più meritevoli, di seguire corsi di eccellenza. L'efficacia della didattica consente ad una percentuale elevata di studenti di conseguire la laurea nei tempi previsti.

Cosa si studia nell'area di scienze della comunicazione

Sulla base della consapevolezza dell'importante ruolo che le variabili sociali e i processi comunicativi rivestono in ogni attività umana, i diversi

curricula formativi compresi nell'area delle scienze della comunicazione consentono di approfondire la conoscenza dei vari settori nei quali la comunicazione di fatto si realizza. Tutti i corsi hanno fra i loro obiettivi principali quello di qualificare il profilo formativo degli studenti per adeguarlo alle esigenze emergenti del mercato del lavoro. Grande importanza viene comunque attribuita all'insegnamento dell'informatica e alla conoscenza dei principali strumenti della comunicazione telematica.

1.1 Corsi di laurea

Nell'Anno Accademico 2009-2010 la Facoltà di Scienze della comunicazione 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 in Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità – classe LM-59, articolato in due indirizzi:
- comunicazione d'impresa e pubblicità
- comunicazione editoriale

Sono ugualmente attivati, ma *chiusi alle immatricolazioni,* i seguenti corsi di laurea del vecchio ordinamento:

1 - CdL triennale in Scienze della Comunicazione – classe 14 articolato in quattro indirizzi:
- comunicazione di massa
- comunicazione d'impresa
- comunicazione culturale
- comunicazione sociale e politica

Tutti gli studenti iscritti dal terzo anno in avanti proseguono il loro percorso secondo il piano di studi vigente al momento dell'iscrizione al I anno.

1.2 Master e corsi di perfezionamento

I master e i corsi di perfezionamento sono finalizzati a formare figure professionali altamente specializzate e caratterizzate da una prevalente trasversalità applicativa delle competenze acquisite.
I master di primo livello sono aperti ai possessori della laurea di primo livello o della laurea (di durata quadriennale o quinquennale) conseguita ai sensi della normativa previgente; della laurea magistrale ai sensi del DM 270/04; di titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo dal Consiglio di Direzione del corso ai soli fini dell'iscrizione allo stesso.
I master di secondo livello sono aperti ai possessori di laurea magistrale conseguita ai sensi del D.M. 270/2004; diploma di laurea quadriennale conseguito secondo gli ordinamenti previgenti; titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo dal Consiglio di Direzione del corso ai soli fini dell'iscrizione allo stesso.
I corsi di perfezionamento sono corsi di aggiornamento professionale, di durata variabile, cui si accede dopo la laurea triennale o specialistica.

Offerta A. A. 2009-2010
- Master di secondo livello in Giornalismo partecipativo

Tutte le informazioni su Master e Corsi di perfezionamento attivati dalla Facoltà di Scienze della comunicazione sono reperibili sui siti web www.unimc.it/comunicazione e www.unimc.it/af

1.3 Organizzazione

Il Preside
Prof. Maurizio Ciaschini
ciasco@unimc.it

Viene eletto ogni triennio dal Consiglio di Facoltà, fra i soli professori ordinari. Convoca, presiede e rappresenta il Consiglio di Facoltà, è membro di diritto del Senato accademico, esercita funzioni di iniziativa e coordinamento, svolge azione di vigilanza e controllo sulle attività didattiche della Facoltà curando l'osservanza di tutte le norme concernenti l'ordinamento ed il funzionamento didattico, redige inoltre la relazione annuale sul funzionamento della stessa.

Il Consiglio di Facoltà
È un organo a composizione differenziata a seconda degli argomenti trattati. Nella sua composizione più ampia è composto dal Preside, che lo presiede, dai professori di ruolo e fuori ruolo della Facoltà, dai ricercatori universitari e dagli assistenti ordinari del ruolo ad esaurimento della Facoltà titolari di affidamento o supplenza, da tre rappresentanti dei ricercatori universitari e degli assistenti ordinari del ruolo ad esaurimento della Facoltà, e da una rappresentanza degli studenti iscritti alla Facoltà, in ragione di cinque rappresentanti nelle Facoltà con meno di duemila iscritti, di sette, quando questi siano più di duemila ma meno di cinquemila, di nove se almeno di cinquemila.
Sono compiti del Consiglio di Facoltà:
- • la programmazione e la destinazione delle risorse didattiche, nel quadro degli indirizzi fissati dal Senato Accademico e sentiti i Dipartimenti, gli Istituti e i Consigli di Corso di studio interessati;
- • l'attribuzione dei compiti didattici e la definizione dell'ordine degli studi;
- l'adozione dei provvedimenti necessari per l'assegnazione e la copertura dei posti di ruolo del personale docente sentiti i Dipartimenti e gli Istituti interessati;
- la formulazione di proposte di modifica dello Statuto concernenti la didattica;
- il coordinamento delle attività didattiche;
- il coordinamento in materia di assistenza e orientamento agli studi e tutorato;
- l'autorizzazione al personale docente di fruire di periodi di esclusiva attività di ricerca presso Centri di ricerca;
- il riconoscimento degli studi compiuti all'estero;

- la formulazione delle proposte di conferimento delle lauree Honoris causa.

Fanno parte del Consiglio di Facoltà nella sua composizione più ampia:

Professori di ruolo di I fascia:

Ciaschini Maurizio *(Preside*)
Ferretti Silvia
Grüning Hans-Georg (*delegato di Facoltà ai rapporti internazionali e per i riconoscimenti Erasmus)*
Magnarelli Paola (*delegata di Facoltà nel comitato tecnico del CEUM*)
Pojaghi Barbara
Ricci Graciela N. (*delegata di Facoltà nel comitato tecnico del CLA*)
Verdenelli Marcello

Professori di ruolo di II fascia:

Fanelli Nedo (*responsabile del Sistema di Qualità della Facoltà*)
Rondini Andrea

Rappresentanti dei ricercatori:

Barchiesi Maria Amalia
Carotenuto G*ennaro(delegato di Facoltà nel comitato tecnico del CIEM*)
Verducci Francesco

Ricercatori titolari di affidamento:
Bongelli Ramona (*delegata di Facoltà nel comitato tecnico del CAO*)
Calzolaio Simone
D'Ambrosi Lucia
Gaballo Viviana
Gistri Giacomo
Maestri Giovanni Ezio
Zonca Paola

Rappresentanti degli studenti:
Broglia Michele
Pignoloni Maria Chiara
Spuri Nisi Riccardo
Tidei Jessica
Tribuzio Giuseppe

I Consigli di Classe
Ciascun corso di studio è retto da un Consiglio costituito da coloro che afferiscono alla classe ad esso relativa e che vi prestano attività di docenza. I corsi di studio aventi percorsi formativi tra loro interrelati possono essere retti da un Consiglio unico (Consiglio di Classi Unificate) secondo quanto stabilito dal Regolamento Didattico d'Ateneo. La Facoltà di Scienze della Comunicazione ha istituito un Consiglio di Classi Unificate per le due Classi di laurea triennale e magistrale. Al Consiglio partecipano, alle condizione stabilite dal Regolamento Didattico d'Ateneo, i titolari di supplenze e affidamenti, ed una rappresentanza degli studenti eletta secondo le modalità indicate dal Regolamento di organizzazione dell'Ateneo. Il Consiglio di classi unificate è presieduto da un docente di ruolo eletto tra i professori afferenti (art. 25 dello Statuto dell'Università degli Studi di Macerata). Il Consiglio di classi unificate svolge i compiti attribuiti dalla legge e quelli delegati dal Consiglio di Facoltà nelle materie concernenti l'organizzazione e la gestione dell'attività didattica dei vari Corsi di studio; può formulare proposte di modifica dello Statuto, formulare proposte e pareri in ordine al Regolamento Didattico di Ateneo attinenti ai Corsi di studio di propria competenza, formulare al Consiglio di Facoltà proposte in ordine ai piani di sviluppo dell'Ateneo.

Composizione del Consiglio di Classi Unificate L-20 e LM-59 (classe 14)

Professori di ruolo di I fascia:
Ciaschini Maurizio
Ferretti Silvia
Grüning Hans-Georg
Magnarelli Paola
Pojaghi Barbara
Ricci Graciela N.
Verdenelli Marcello

Professori di ruolo di II fascia:
Fanelli Nedo (Presidente)
Rondini Andrea

Professori aggregati:
Barchiesi Maria Amalia
Bongelli Ramona
Calzolaio Simone
Carotenuto Gennaro
D'Ambrosi Lucia
Gaballo Viviana
Gistri Giacomo
Maestri Giovanni Ezio
Verducci Francesco
Zonca Paola

Rappresentanti degli studenti:
Broglia Michele
Pignoloni Maria Chiara

Docenti titolari di affidamento:
Cavicchi Alessio
Cedrola Elena
Prosperi Francesco
Salerno Giulio
Socci Claudio
Zingaretti Primo

Docenti a contratto:
Angelini Gianna
Bianco Giovanna
Camaioni Eleonora
Caracciolo – Allì – M. Rosaria
Casadio Asteria
Catanzaro Chiara
Catarini Letizia
Frontaloni Elena
Frontoni Emanuele
Iannelli Laura
Kawano Hideaki
Mancino Antongiulio
Marzocchi Paolo
Monacchi David
Monina Paolo
Papakristo Paola
Pretaroli Rosita
Trapanese Giancarlo

Commissione carriere studenti
La Commissione carriere studenti esamina ed approva i piani di studio degli studenti e tutto ciò che concerne la loro carriera. La Commissione è composta da tre docenti di ruolo della Facoltà e si riunisce di norma una volta al mese.

Commissione stage
La Commissione stage esamina ed approva i tirocini svolti dagli studenti e convalida, a richiesta, l'attività lavorativa, compreso il servizio civile, previa valutazione dell'attinenza dell'attività svolta con il percorso formativo dello studente. La Commissione è composta da tre docenti di ruolo della Facoltà e si riunisce di norma una volta al mese.

1.4 Politica della qualità

La Facoltà di Scienze della Comunicazione fa parte del Progetto "Ateneo di Qualità" dell'Università degli Studi di Macerata ai sensi della norma ISO 9001.
L'adozione del sistema di gestione della qualità rappresenta per la Facoltà una sfida: quella di adottare strumenti gestionali che, nell'ottica del continuo miglioramento dei servizi didattici e amministrativi, possano garantire a tutti gli studenti e ai portatori di interesse servizi sempre più improntati alle loro esigenze e rispondenti a standard di qualità elevati, che consentano di partecipare in modo più fattivo a quello spazio europeo dell'istruzione superiore avviato col cosiddetto "Processo di Bologna" nel quale tutti gli Atenei sono ormai inseriti.

Segnalazioni e reclami

- E' possibile segnalare eventuali disservizi o proporre miglioramenti:
- inviando un'e-mail a paola.dezi@unimc.it
- telefonando allo 0733.258.2534
- lasciando una nota scritta, anche anonima, nella Suggestion Box accanto all'Ufficio di presidenza

1.5 Un bollino di professionalità

Non tutti i corsi di laurea in comunicazione sono uguali.
A certificare i migliori, dal punto di vista dell'orientamento alla professione, è il bollino rilasciato dalla Ferpi, la Federazione dei professionisti che operano nelle Relazioni Pubbliche, e da Assorel, che raccoglie le agenzie di comunicazione.
Il riconoscimento è stato assegnato ai corsi di laurea della Facoltà di Scienze della comunicazione, nello specifico ai curriculum in comunicazione d'impresa, comunicazione culturale e comunicazione sociale e politica della triennale in Scienze della comunicazione quello in comunicazione editoriale della magistrale in Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicità.
Il progetto di *endorsement* ha valutato le materie insegnate nelle Università alla luce di quello che chiede il mercato del lavoro. L'*endorsement* è utile sia per gli studenti che devono scegliere l'Università sia per il mercato che necessita di professionisti preparati. Il bollino serve, infatti, a certificare l'adeguatezza di ciascun corso di studi a determinati standard professionali. Il metodo di valutazione è stato elaborato da un gruppo di lavoro, attivato da Ferpi e Assorel, con la partecipazione di alcuni Presidenti di corsi di laurea, che ha operato nel corso del 2004. Tale metodo è stato, poi, validato dalla Consulta Education di Ferpi e Assorel. Il metodo prevede tre fasi: l'impiego di una tabella che definisce le quattro categorie di insegnamenti in base ai loro contenuti formativi e al peso che ciascuno dovrebbe avere per garantire una formazione equilibrata; la classificazione degli insegnamenti previsti dal piano di studi di ciascun Corso di Laurea all'interno delle categorie definite dalla tabella; la valutazione degli insegnamenti attribuiti a ciascuna delle categorie in termini di crediti formativi ai fini dell'ottenimento dell'*endorsement*.

1.6 Servizi

SEGRETERIA STUDENTI
Area Segreterie Studenti - Ufficio 3
via Piave n. 42, 62100 Macerata
Numero verde 800 22 40 71
tel. 0733 258 2000
Fax: 0733.258.6025
s.comulette@unimc.it

SEGRETERIA DELLA PRESIDENZA
T 0733/2582521 Fax 0733/2582530
e-mail:
presidenzacomunicazione@unimc.it
Via Don Minzoni, 2 – 62100 Macerata

Segreteria di Facoltà –Primo Piano

- Segreteria del Preside
- Segreteria del Consiglio di Facoltà
- Gestione risorse finanziarie
- Relazioni esterne della Facoltà

Dragotto Maria Luce (responsabile)
T 0733/258.2521 dragotto@unimc.it
F 0733/258.2530

Ufficio Organizzazione, Didattica e Informazioni - Primo Piano

- Collaborazione con la Segreteria del Preside
- Segreteria del Consiglio di Classe
- Organizzazione Convegni/Conferenze
- Organizzazione Didattica
- Gestione attività di tirocinio
- Gestione e organizzazione dei calendari delle lezioni e degli esami
- Gestione della logistica
- Ricevimento degli studenti per informazioni sulla didattica e pratiche tesi di laurea
- Gestione S3

Brachetta Rossella T 0733/258.2533
r.brachetta@unimc.it

Catena Roberta T 0733/258.2515
r.catena@unimc.it
F 0733/258.2530

Ufficio comunicazione

- Collaborazione con la Segreteria del Preside
- Relazioni esterne della Facoltà
- Gestione del sito della Facoltà
- Master
- Supporto amministrativo ISO 9001
- Ricevimento dei reclami ISO 9001

Paola Dezi
T.0733/258.2534 paola.dezi@unimc.it

Sportello 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

LABORATORIO INFORMATICO
Via Don Minzoni,2 – Piano Terra
20 postazioni su ambiente Windows (Microsoft Office – Internet)
Orario di apertura :
Lun-Ven 9-19,30 - Sab 9-13,30

1.7 Calendario didattico A. A. 2009-10

DATE	ATTIVITA' DIDATTICA
7 – 19 settembre 2009	Esami – sessione autunnale
28 sett. - 3 ottobre inizio lezioni 1° SEMESTRE	settimana di lezioni
solo per il II e III anno	settimana di lezioni
5 - 10 ottobre 2009 **inizio lezioni 1° SEMESTRE**	settimana di lezioni
I anno	settimana di lezioni
12 - 17 ottobre 2009	settimana di lezioni
19 - 24 ottobre 2009	settimana di lezioni
26 – 31 ottobre 2009	settimana di lezioni
2 – 4 novembre 2009 **lun- mart-merc**	½ settimana di lezioni e **Esami di Laurea 2008-2009 5 e 6 novembre**
9 - 14 novembre 2009	settimana di lezioni
16 - 21 novembre 2009	settimana di lezioni
23 - 28 novembre 2009	settimana di lezioni
30 nov. - 5 dicembre 2009	settimana di lezioni
9 - 12 dicembre 200 **merc-giov-ven-sab** (7 e 8 dicembre chiuso)	½ settimana di lezioni **FINE LEZIONI**
14 - 19 dicembre 2009	Esami sessione straordinaria 2008-2009
21 dicembre - 6 gennaio 2010	**vacanze natalizie**
7 - 9 gennaio 2010 giov-ven-sab	½ settimana di lezioni **FINE LEZIONI**
11 - 16 gennaio 2010	**Pausa**
18 - 23 gennaio 2010	Esami sessione invernale appello 1° semestre 2009-2010 e straordinario 2008-2009
25 - 30 gennaio 2010	**Pausa**
1 - 6 febbraio 2010	Esami sessione invernale appello 1° semestre 2009-2010 e straordinario 2008-2009
8 - 13 febbraio 2010 **inizio lezioni 2° SEMESTRE**	settimana di lezioni
15 - 20 febbraio 2010	settimana di lezioni
22 - 27 febbraio 2010	settimana di lezioni
1 - 6 marzo 2010	settimana di lezioni
8 - 13 marzo 2010	settimana di lezioni
15 – 17 marzo 2010	½ settimana di lezioni **Esami di Laurea 2008-2009 18 e 19 marzo**
22 - 27 marzo 2010	settimana di lezioni Appello fuori corso

29 - 31 marzo 2010	½ settimana di lezioni Appello fuori corso
1 -6 aprile 2010	vacanze pasquali
7 - 10 aprile 2010	½ settimana di lezioni
12 - 17 aprile 2010	settimana di lezioni
19 - 24 aprile 2010	settimana di lezioni
26 - 30 aprile 2010	settimana di lezioni FINE LEZIONI
3 - 8 maggio 2010	Pausa
10 - 15 maggio 2010	Esami sessione estiva
17 maggio - 2 giugno 2010	Pausa
3 - 9 giugno 2010	Esami sessione estiva
1 - 2 luglio 2010	Esami di Laurea 2009-2010
5 - 10 luglio 2010	Esami sessione estiva

1.8 Notizie utili

I corsi avranno durata semestrale

Informazioni riguardanti gli insegnamenti di Metodologia e tecnica della ricerca sociale valevoli a partire dal I appello di esami dell'a.a. 2006-07

- Per l'ordinamento didattico 2003 del corso di laurea triennale in comunicazione di massa Metodologia e tecnica della ricerca sociale (20 ore 4 cfu) viene ridenominata in Metodologia e tecnica della ricerca sociale quantitativa (20 ore 4 cfu) e Tecniche e metodi dei sondaggi e delle rilevazioni di opinioni (20 ore 4 cfu) viene ridenominata in Metodologia della ricerca sociale qualitativa (20 ore 4 cfu).
- Per l'ordinamento didattico 2003 del corso di laurea triennale in comunicazione d'impresa Tecniche e metodi dei sondaggi e delle rilevazioni di opinioni (20 ore 4 cfu) viene ridenominata in Metodologia della ricerca sociale qualitativa (20 ore 4 cfu), Teoria e tecnica della comunicazione aziendale (20 ore 4 cfu) e Teoria e tecnica della comunicazione turistica (20 ore 4 cfu) vengono ridenominate in Metodologia e tecnica della ricerca sociale quantitativa (20 ore 4 cfu).
- Gli studenti iscritti all'ordinamento didattico 2001 del corso di laurea triennale in comunicazione istituzionale per la preparazione dell'esame di Metodologia e tecnica della ricerca sociale I (40 ore 8 cfu) facciano riferimento al programma previsto nella Guida di Facoltà a.a. 2005/06.
- Gli studenti iscritti all'ordinamento didattico 2001 dei corsi di laurea triennale in comunicazione di massa e in comunicazione d'impresa sosterranno l'esame di Metodologia e tecnica della ricerca sociale da 8 crediti in base al programma previsto nella guida di Facoltà a.a.2004/05 per il modulo I di Metodologia e tecnica della ricerca sociale e per il modulo Tecniche e metodi dei sondaggi e delle rilevazioni di opinione.
- Gli studenti iscritti al corso di laurea quinquennale di Scienze della Comunicazione sosterranno l'esame di Metodologia e tecnica della ricerca sociale da 8 crediti in base al programma previsto nella guida di Facoltà a.a. 2004/05 per il modulo I di Metodologia e tecnica della ricerca sociale e per il modulo Tecniche e metodi dei sondaggi e delle rilevazioni di opinione.

Insegnamenti disattivati

Per sostenere un esame presente nel proprio piano di studi, ma non attivato nel corrente anno accademico o senza una equivalenza con un altro insegnamento, è necessario fare richiesta all'Ufficio organizzazione della Facoltà di attivare un appello, in modo che si provveda a nominare una apposita commissione.

Composizione testi
(prof. Marcello Verdenelli)
Modalità dell'esame: Scritto
Testi: A.Cicalese, *Imparare a scrivere. Una guida teorico-pratica*, Carocci, 2001.

Editoria Multimediale
(prof.ssa Patrizia Adamoli)
Gli studenti sosterranno l'esame con la prof.ssa Adamoli con il seguente programma:
- Ciotti Roncaglia *Il mondo digitale* cap. 1, 4, 5, 8
Un testo a scelta tra:
- Bettetini, Gasparrini, Cittadini, *Gli Spazi dell'Ipertesto*
- Bettetini, Colombo, *Le nuove tecnologie della comunicazione*
Un testo a scelta tra:
- Landow Gorge, *Ipertesto il futuro della scrittura*
- Maiocchi Marco, *Ipertesti progettare con un nuovo strumento di comunicazione*
- La Noce Filippo, *E-learning*
- Mario Grassi, *Scrivere per il web*
- Flichy Patrice, *Storia della comunicazione moderna*
N.B. *Dopo l'appello di aprile 2010, rivolgersi all'Ufficio organizzazione per informazioni aggiornate.*

Laboratorio di scrittura
(prof. Marcello Verdenelli)
Modalità dell'esame: Scritto
Programma: Salvi G. - Vanelli L., *Nuova grammatica italiana* (il Mulino)

Lingua francese
Gli studenti devono sostenere l'esame con la prof.ssa Danielle Lévye (docente di letteratura francese) e il prof. Hans-Georg Gruning. Gli studenti sono pregati di prendere contatto con il professor Grüning (gruning@unimc.it) per il programma.

*Sociologia dei processi culturali e comunicativi (*prof. Nedo Fanelli)
Gli studenti devono sostenere l'esame con il prof. Fanelli negli appelli previsti per Sociologia del lavoro con il seguente programma:
- Morcellini M., *Lezione di Comunicazione*, 2003
- Grandi R., *I mass media tra Testo e Contesto,* 1999

Teoria dell'organizzazione
(prof. Nedo Fanelli)
Gli studenti devono sostenere l'esame con il prof. Fanelli negli appelli previsti per Sociologia del lavoro con il seguente programma:
- Mary Jo Hatch, *Teoria dell'organizzazione*, il Mulino

Seminari
Gli studenti iscritti ai Corsi di laurea specialistica in Comunicazione multimediale e in Editoria, comunicazione multimediale, che ancora devono sostenere l'esame relativo ai seminari previsti al primo anno del loro piano di studi, sono pregati di contattare l'Uffucio organizzazione della Facoltà, che fornirà informazioni sull'esame, il programma e il docente di riferimento.

Seconda lingua
Lo studente dovrà scegliere la seconda lingua al secondo anno. Al terzo anno lo studente dovrà sostenere l'esame di letteratura della seconda lingua straniera scelta.

Riconoscimento certificazioni linguistiche
Lo studente che intenda chiedere il riconoscimento di crediti per le certificazioni linguistiche conseguite, è

tenuto a presentare apposita richiesta scritta alla Segreteria Studenti (Via Piave n. 42 – Macerata), corredata dalla copia dell'attestato di certificazione, ed attendere l'esito della delibera degli organi didattici competenti. I crediti di cui si chiede il riconoscimento non sono cumulabili; vale a dire che per lo stesso insegnamento, es. Lingua Inglese (L-LIN/12), verranno riconosciuti i crediti per una sola certificazione di livello linguistico pari (es. FCE=BEC Vantage) o superiore (C1 > B2 > B1), fra quelle presentate.

PET	PreliminaryEnglish Test	B1	2 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
FCE	First Certificate in English	B2	4 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
CAE	CertificateinAdvanced English	C1	6 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)

BEC	Business English Certificate Preliminary	B1	2 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
BEC	Business English CertificateVantage	B2	4 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
BEC	Business English Certificate Higher	C1	6 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)

In tutti i casi, il richiedente dovrà contattare il docente dell'insegnamento per concordare le modalità di integrazione dei CFU residui. Le certificazioni di lingua spagnola (L-LIN/07), francese (L-LIN/04) e tedesca (L- LIN/14), (vari livelli) verranno riconosciute per 2, crediti con l'obbligo di acquisire i rimanenti due crediti con il corso monografico.

Riconoscimento patente europea del computer
Lo studente che intenda chiedere l'accreditamento della patente europea del computer deve fare domanda alla Commissione carriere studenti presentando alle Segreteria Studenti fotocopia della certificazione conseguita. La commissione, valutato il titolo presentato, lo riconoscerà per un credito di Informatica (ING-INF/05).

Come prenotarsi agli esami
Lo studente si deve prenotare per sostenere l'esame tramite iscrizione on-line sul sito www.unimc.it/comunicazione. La lista viene aperta 15 giorni prima dell'appello e viene chiusa due giorni prima dell'appello di esame. Lo studente che non ha provveduto alla prenotazione può sostenere l'esame solo se presente all'apertura dell'appello.

Regolamento Stage
Lo stage è obbligatorio per tutti gli studenti iscritti ai Corsi di laurea della Facoltà di Scienze della Comunicazione. La durata minima è di almeno 30 giorni lavorativi, eventualmente prorogabile. La giornata lavorativa deve essere di minimo quattro ore, cinque giorni a settimana (almeno 100 ore complessive).

Crediti riconosciuti: tre

Tutor: viene individuato dallo studente tra i docenti della Facoltà; ogni docente può essere tutor dello stage. Tutti i docenti della Facoltà devono coprire l'incarico di tutor. Il tutor accademico ha l'onere di concordare i contenuti e le modalità di svolgimento dell'attività formativa con il tutor aziendale prima dell'inizio dello stage, di verificare, al termine del tirocinio, la corrispondenza dell'attività con gli obiettivi riportati nel progetto formativo e di apporre il visto nei progetti formativi prima che questi vengano consegnati allo sportello del CETRIL.

Tipologia enti/aziende ospitanti: settore comunicazione, marketing, relazioni con il pubblico, amministrazione pubblica o privata.
Obiettivi: gli obiettivi formativi sono funzionali al profilo professionale definito dal Corso di laurea. In particolare lo studente iscritto al corso di laurea in *comunicazione di massa* dovrà acquisire esperienze idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali, soprattutto mediante l'uso di tecnologie atte a elaborare nuovi linguaggi; lo studente iscritto al corso di laurea in *comunicazione d'impresa* dovrà acquisire esperienze idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali e competenze funzionali alla definizione dell'immagine aziendale; lo studente iscritto al corso di laurea in *comunicazione culturale* dovrà acquisire esperienze nell'ambito degli strumenti della comunicazione della cultura, intesi come complesso di attività legate ai processi e agli eventi culturali, nonché come specifiche funzioni comunicative nei settori produttivi e mass-mediatici e nei settori delle lettere ed arti, del cinema, della musica e del teatro; lo studente iscritto al corso di laurea in comunicazione sociale e politica dovrà acquisire esperienze idonee alle attività relazionali, di analisi dei dati di ricerche di mercato e dei sondaggi di opinione, abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di *comunicazione sociale, istituzionale e politica*. Lo studente iscritto al corso di laurea magistrale in *comunicazione d'impresa e pubblicità* dovrà acquisire esperienze idonee alle attività di comunicazione interna ed esterna nell'ambito degli enti pubblici e dell'impresa; esperienze nella ideazione e implementazione di prodotti comunicativi e abilità specialistiche relative alle tecniche e strategie pubblicitarie; lo studente iscritto al corso di laurea magistrale in *comunicazione editoriale* dovrà acquisire esperienze nell'ambito delle imprese dell'editoria, abilità nell'uso di strumenti metodologici idonei all'analisi sociale ai fini del lavoro editoriale e abilità di scrittura giornalistica, anche per i nuovi media. Gli stage sono gestiti tramite il Centro per i tirocini e i rapporti con il mondo del lavoro (CETRIL) che provvede alla formalizzazione delle procedure burocratiche. Il CETRIL dispone di una banca dati di Aziende ed Enti pubblici che hanno dato la disponibilità per accogliere gli studenti stagisti.

Documentazione dell'attività di stage
L'attività di stage è documentata da:
- una relazione dello studente al termine dello stage: "questionario di valutazione dello stage" in cui risultano:

- o attività e mansioni svolte
- o aspetti professionali approfonditi
- o accoglienza e assistenza
- o valutazione dell'esperienza ai fini della formazione
- o eventuali osservazioni e proposte per migliorare l'attività di gestione degli stages

- una relazione dell'azienda al termine dello stage, "Questionario di valutazione dello stagista", sottoscritta e timbrata dall'azienda stessa, in cui risulta:
  - o la valutazione dell'impegno dello studente
  - o il livello di preparazione evidenziato
  - o le modalità con cui lo studente è stato impiegato
  - o informazioni di ritorno sulle aspettative dell'Azienda/Ente stesso relative al percorso formativo dello studente.
- foglio presenze dello studente con visto e timbro dell'Azienda/Ente ospitante.

Al termine dello stage tale documentazione dovrà essere presentata all'Ufficio Organizzazione e Informazioni della Facoltà di Scienze della Comunicazione e verrà esaminata dalla Commissione Stage. Nel caso di valutazione negativa lo studente è tenuto a ripetere lo stage. La Commissione provvederà a trasmettere l'esito della valutazione alla Segreteria studenti e, per conoscenza, al CETRIL. La Segreteria studenti registrerà l'attività svolta nella carriera dello studente. Qualora lo studente intenda svolgere l'attività di stage presso ditte o enti non convenzionati, sarà premura dello studente prendere contatti con il CETRIL per l'avvio delle procedure richieste per la nuova convenzione. L'Ufficio Organizzazione e Informazioni della Facoltà di Scienze della Comunicazione appone un visto sul modulo di richiesta nuova convenzione e rinvia la documentazione al CETRIL. Gli studenti del corso di laurea triennale possono effettuare lo stage a partire dal secondo anno di corso, gli studenti del corso di laurea magistrale già a partire dal primo.

Regolamento prova finale

Regolamento prova finale laurea triennale

All'inizio di ciascun anno accademico tutti i docenti del Corso di Laurea Triennale, compileranno un elenco dei possibili argomenti sui quali il candidato potrà sostenere la prova finale. L'elenco sarà pubblicato anche on-line sul sito della Facoltà e nelle pagine web dei singoli docenti. Tale elenco verrà aggiornato, periodicamente, con una seconda lista contenente le indicazioni delle tesi già assegnate. Lo studente, scelta autonomamente la materia tra quelle presenti all'interno del proprio curriculum di studio, dovrà individuare un argomento di proprio interesse tra quelli indicati e concordare, *due sessioni prima della discussione della tesi,* i contenuti con un docente che fungerà da relatore. Il docente scelto come *relatore p*otrà anche essere diverso dal titolare dell'insegnamento al momento della discussione. In tal caso si renderà necessaria l'approvazione dell'assegnazione della tesi ad altro docente da parte del titolare dell'insegnamento. L'elaborato consisterà in una relazione scritta (massimo 50 cartelle) e nella relativa riproduzione su Cd rom, che potrà vertere anche sull' attività di stage svolta dallo studente. L'esame finale consisterà nella discussione dell'elaborato davanti ad una Commissione di laurea (composta da un minimo di 5 docenti). La Commissione, tenendo conto del curriculum dello studente, dell'elaborato e della discussione finale, procederà alla votazione della prova finale. La votazione è espressa in centodecimi ed eventualmente con l'attribuzione della lode, qualunque sia il numero dei commissari. La prova si intende superata con una votazione minima di 66/110. Alla prova finale la Commissione potrà assegnare da 0 a 6 punti; di questi un punto verrà automaticamente concesso se il candidato si laurea in corso e un altro se il candidato ha ottenuto più di due lodi. Il candidato, sessanta giorni prima della data della seduta di laurea, provvederà a presentare alla Segreteria studenti il foglio di prenotazione (reperibile presso la Segreteria studenti o nel sito di Facoltà), nel quale l'interessato riporterà tutti i dati richiesti ivi compreso il titolo della tesi e la disciplina. Il foglio di prenotazione tesi dovrà essere firmato dal titolare della disciplina e dal relatore. Il candidato, trenta giorni prima della seduta di laurea, provvederà a consegnare la domanda di laurea compilata su apposito modulo (reperibile presso la Segreteria studenti o nel sito di Facoltà) firmato dal titolare della disciplina e dal relatore. La tesi non sarà discussa se non completamente approvata nel termine predetto. Il Preside, su indicazione del Consiglio di Classe, designerà il correlatore in base all'argomento e alla disciplina e nominerà la Commissione della seduta di laurea. Quindici giorni prima della sessione di Laurea, la Segreteria di Presidenza pubblicherà l'elenco dei laureandi - con l'indicazione dell'argomento di tesi, della disciplina, del relatore e del correlatore - in bacheca e sul sito di Facoltà. Sempre 15 giorni prima dell'esame di laurea, i candidati dovranno presentare:

- alla Segreteria Studenti - 1 copia della tesi dattiloscritta, rilegata in cartoncino semplice e firmata dal relatore e dallo studente insieme al relativo Cd rom
- al relatore e al correlatore - 1 copia ciascuno della tesi dattiloscritta, rilegata come ritenuto più opportuno.

Gli studenti, che intendano discutere la propria tesi utilizzando come supporto una presentazione in powerpoint, subito dopo la pubblicazione delle commissioni di laurea dovranno ritirare il modulo per la richiesta presso l'Ufficio Organizzazione e Informazioni della Facoltà, e consegnarlo al CIEM (Centro di Ateneo per l'Informatica, l' E-learning e la Multimedialità). Al termine della discussione della tesi, il

Presidente riunirà la Commissione che assegnerà il voto, dopo aver sentito il relatore e il correlatore.

Regolamento prova finale laurea magistrale e laurea quinquennale (vecchio ordinamento)

All'inizio di ciascun anno accademico tutti i docenti del Corso di Laurea Magistrale, compileranno un elenco dei possibili argomenti sui quali il candidato potrà sostenere la prova finale. L'elenco sarà pubblicato anche on-line sul sito della Facoltà e nelle pagine web dei singoli docenti.

Tale elenco verrà aggiornato, periodicamente, con una seconda lista contenente le indicazioni delle tesi già assegnate.

Lo studente, scelta autonomamente la materia tra quelle presenti all'interno del proprio curriculum di studio o tra gli insegnamenti sostenuti nel Corso di Laurea Triennale, dovrà individuare un argomento di proprio interesse tra quelli indicati e concordare, *un anno prima,* i contenuti con un docente che fungerà da *relatore*. Il docente scelto come relatore potrà anche essere diverso dal titolare dell'insegnamento al momento della discussione. In tal caso si renderà necessaria l'approvazione dell'assegnazione della tesi ad altro docente da parte del titolare dell'insegnamento.

L'elaborato consisterà in una relazione scritta e nella relativa riproduzione su Cd rom, che potrà vertere anche sull' attività di stage svolta dallo studente.

La tesi di laurea magistrale dovrà dimostrare: approfondita conoscenza, adeguato apparato critico, capacità di sintesi e spunti di originalità nella prospettazione e nell'analisi.

L'esame finale consisterà nella discussione dell'elaborato davanti ad una Commissione di laurea (composta da minimo 5 docenti).

La Commissione, tenendo conto del curriculum dello studente, dell'elaborato e della discussione finale, procederà alla votazione della prova finale. Nella valutazione del punteggio da attribuire alla tesi di laurea e alla relativa discussione si tiene conto:

- della completezza dell'inquadramento teorico;
- della ricchezza della ricerca bibliografica;
- dell'adeguatezza della descrizione dello stato dell'arte delle ricerche sull'argomento;
- degli spunti di originalità;
- della capacità e creatività di applicazione dei modelli teorici a casi concreti.

La votazione è espressa in centodecimi, ed eventualmente con l'attribuzione della lode, qualunque sia il numero dei commissari. La prova si intende superata con una votazione minima di 66/110.

Alla prova finale la Commissione potrà assegnare da 0 a 6 punti; di questi un punto verrà automaticamente concesso se il candidato si laurea in corso e un altro se il candidato ha ottenuto più di due lodi.

Il candidato, sessanta giorni prima della data della seduta di laurea, provvederà a presentare alla Segreteria studenti il foglio di prenotazione (reperibile presso la Segreteria studenti o nel sito di Facoltà), nel quale l'interessato riporterà tutti i dati richiesti ivi compreso il titolo della tesi e la disciplina. Il foglio di prenotazione tesi dovrà essere firmato dal titolare della disciplina e dal relatore.

Il candidato, trenta giorni prima della seduta di laurea, provvederà a consegnare la domanda di laurea compilata su apposito modulo (reperibile presso la Segreteria studenti o nel sito di Facoltà) e firmato dal titolare della disciplina e dal relatore.

La tesi non sarà discussa se non completamente approvata nel termine predetto.

Il Preside, su indicazione del Consiglio di Classe, designerà il correlatore in base all'argomento e alla disciplina e nominerà la Commissione della seduta di laurea.

Quindici giorni prima della sessione di Laurea, la Segreteria di Presidenza pubblicherà l'elenco dei laureandi - con l'indicazione dell'argomento di tesi, della disciplina, del relatore e del correlatore - in bacheca e sul sito di Facoltà.

Sempre 15 giorni prima dell'esame di laurea, i candidati dovranno presentare:

- alla Segreteria Studenti - 1 copia della tesi dattiloscritta, rilegata in cartoncino semplice e firmata dal relatore e dallo studente insieme al relativo Cd rom
- al relatore e al correlatore - 1 copia ciascuno della tesi dattiloscritta, rilegata come ritenuto più opportuno.

Gli studenti che intendano discutere la propria tesi utilizzando come supporto una presentazione in powerpoint, subito dopo la pubblicazione delle commissioni di laurea devono ritirare il modulo per la richiesta presso l'Ufficio Organizzazione e Informazioni della Facoltà, e consegnarlo al CIEM (Centro di Ateneo per l'Informatica, l' E-learning e la Multimedialità).

Al termine della discussione della tesi, il Presidente riunirà la Commissione che assegnerà il voto, dopo aver sentito il relatore e il correlatore.

1. La facoltà di scienze della comunicazione

2. Corso di laurea triennale (classe L-20) Scienze della comunicazione

Requisiti di accesso
Per essere ammessi al corso di laurea triennale, classe L-20 occorre essere in possesso di un **diploma di scuola secondaria superiore** o di altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero, legalmente riconosciuto in Italia. Gli studenti devono, inoltre, possedere **conoscenze di base della lingua inglese** e nozioni elementari di informatica. E' inoltre opportuna una **solida preparazione di base** tale da favorire un più agevole accostamento ai contenuti e ai lessici peculiari dei saperi disciplinari interessati, buona capacità di espressione linguistica, nonché di analisi e sintesi di testi di complessità medio-alta. La **verifica** di tale preparazione è data per acquisita se lo studente ha conseguito il diploma di scuola secondaria superiore o il titolo equipollente con una votazione pari o superiore a 70/100 (42/60 del vecchio sistema).

Modalità di verifica delle conoscenze in ingresso
Gli studenti che hanno conseguito il diploma di scuola secondaria superiore o il titolo equipollente con una votazione inferiore a 70/100 (42/60 del vecchio sistema) sono tenuti a sottoporsi ad una **prova di verifica** delle conoscenze che consiste in un commento scritto di un articolo di giornale, della lunghezza di massimo 15 righe, volta ad accertare le conoscenze/competenze di base. La prova viene organizzata due volte nel corso dell'Anno Accademico: nel mese di novembre e nel mese di febbraio. Informazioni precise su data e luogo saranno pubblicizzate sul sito web della Facoltà (www.unimc.it/comunicazione).

Modalità di recupero delle carenze nelle conoscenze in ingresso
Se l'esito della prova di verifica non è positivo, lo studente è tenuto a colmare le lacune individuate entro il primo anno di corso. Per il recupero delle conoscenze in ingresso la Facoltà organizza delle lezioni propedeutiche della durata di 10 ore (cfu 2). Ad ogni studente che risulti insufficiente alla prova iniziale verrà privatamente comunicata la/le disciplina/e da recuperare. Gli studenti dovranno concordare i programmi d'esame con il docente della/le disciplina/e da recuperare. Lo studente immatricolato, non in possesso dei requisiti stabiliti per l'accesso diretto così come stabilito dal regolamento didattico, nel caso in cui non si presenti alle verifiche previste e fino a quando non soddisfi gli obblighi formativi assegnatigli in caso di verifica non positiva, non può sostenere esami a partire dall'a.a. successivo a quello della sua immatricolazione (dal 30 novembre). Gli eventuali esami sostenuti oltre tale termine saranno annullati d'ufficio.

Obiettivi formativi
Il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende formare laureati in possesso di: competenze di base nei vari settori della comunicazione di massa (in particolare cinema, giornali, televisione) e delle abilità necessarie per affrontare in tali settori le innovazioni tecnologiche ed elaborare nuovi linguaggi; di competenze idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali; di abilità metodologiche per la gestione dei flussi di comunicazione all'interno delle imprese; di competenze funzionali alla definizione dell'immagine aziendale; di abilità necessarie per l'approfondimento e la gestione della comunicazione nell'ambito della industria culturale, di competenze adeguate alla elaborazione e programmazione della comunicazione interna ed esterna delle organizzazione 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.

Laurea magistrale UniMc di proseguimento
CdL magistrale Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità – classe LM-59,

Didattica
Il percorso formativo della classe, che si sviluppa in quattro indirizzi, prevede all'interno di ciascuno di essi un blocco di discipline che costituiscono il nucleo formativo necessario a sviluppare le competenze degli operatori impiegati nell'ambito della comunicazione. L'indirizzo in **comunicazione di massa** si caratterizza per la preponderanza delle discipline sociali e psicologiche orientate alla studio e all'analisi di sistemi sociali complessi. L'indirizzo in **comunicazione d'impresa** mostra una prevalenza delle discipline economiche e sociali il cui contenuto è rivolto all'analisi del comportamento degli operatori socio-economici.
L'indirizzo in **comunicazione culturale** presenta una preponderanza di discipline orientate all'approfondimento delle metodologie d'analisi dei linguaggi dei settori caratterizzanti lo sviluppo culturale e comunicativo.
Infine, l'indirizzo in **comunicazione sociale e politica** evidenzia peculiarità didattica orientata allo studio delle caratteristiche interne e esterne delle organizzazione sociali e politiche con particolare dominio delle discipline socio-mediologiche, economiche e psicologiche applicate agli enti pubblici e alle organizzazioni sociali.

I risultati di apprendimento saranno conseguiti tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; esperienze di tirocinio professionale. I risultati dell'apprendimento saranno verificati tramite: prove intermedie e finali, tesine scritte, esercitazioni pratiche.

2.1 Corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione (L-20) Indirizzo: comunicazione di massa

Obiettivi formativi

I laureati in questo indirizzo devono possedere competenze di base nei vari settori delle comunicazioni di massa; possedere le abilità necessarie per affrontare le innovazioni tecnologiche; elaborare nuovi linguaggi nel settore della comunicazione di massa; essere in grado di analizzare criticamente gli effetti dei mass media sulle varie dimensioni dell'agire sociale.

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 a.a. 2009 - 2010

I ANNO	**CFU**
SECS-P/02 Macroeconomia applicat	8
SPS/07 Sociologia	8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	8
M-STO/04 Storia contemporanea	8
M-FIL/05 Semiotica	8
SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	8
L-LIN/12 Lingua inglese	8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	8
II ANNO	
SPS/08 Sociologia della comunicazione	8
M-PSI/05 Psicologia sociale	8
L-ART/06 Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	8
ING-INF/05 Informatica	9
L-LIN/01 Linguistica generale	8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	6
III ANNO	
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	6
M-FIL/04 Estetica	8
SPS/12 Sociologia giuridica e del mutamento sociale	8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione	8
M-PED/01 Teorie e modelli dei processi formativi	8
Laboratori	*4*
Attività formativa a scelta dello studente	*16*
Stage	*3*
Prova finale	*8*

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

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.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:

ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8

2.2 Indirizzo: comunicazione d'impresa

Obiettivi formativi
I laureati in questo indirizzo devono possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali; 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.

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 a.a. 2009 - 2010

I ANNO	**CFU**
SECS-P/0Microeconomia applicata	8
SPS/07 Sociologia	8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	8
M-STO/04 Storia contemporanea	8
M-FIL/05 Semiotica	8
SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	8
L-LIN/12 Lingua inglese	8
L-FIL-LET/10Lingua letteraria e linguaggi settoriali	6
II ANNO	
SPS/08Sociologia della comunicazione	8
IUS/01Nozioni giuridiche fondamentali	6
M-PSI/05 Psicologia sociale	8
L-ART/06Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	8
ING-INF/05 Informatica	9
SECS-P/08 Marketing	8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07Lingua e cultura spagnola	6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	6
III ANNO	
SPS/07Metodologia della ricerca sociale	8
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	6
SECS-P/02 Economia della comunicazione	8
M-PSI/01Psicologia della comunicazione	8
SPS/09 Sociologia del lavoro	8
Laboratori	*4*
Attività formativa a scelta dello studente	*12*
Stage	*3*
Prova finale	*8*

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

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 fin alizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche cheverranno accreditate.

Attività formative a scelta attivate dalla facoltà:
ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8

2.3 Indirizzo: comunicazione culturale

Obiettivi formativi
I laureati in questo indirizzo devono possedere: un' adeguata formazione nell'ambito degli strumenti di comunicazione della cultura, intesi come complesso di attività legate ai processi ed agli eventi culturali, nonché come specifiche funzioni comunicative nei settori produttivi e mass-mediatici di rilevanza anche territoriale e un'adeguata formazione di base relativamente ai settori delle lettere ed arti, del cinema, della musica e del teatro.

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 a.a. 2009 - 2010

I ANNO	**CFU**
SPS/08 Comunicazione dell'industria culturale	8
SECS-P/02 Economia della cultura	8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	8
M-STO/04 Storia sociale della comunicazione	8
L-FIL-LET/11 Forme della comunicazione letteraria	8
L-LIN/12 Lingua inglese	8
L-ART/05 Comunicazione teatrale	8
SPS/04 Scienza politica	8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	6
II ANNO	
M-FIL/05 Semiotica	8
M-FIL/04 Teoria della parola e delle immagini	8
L-ART/06 Produzione e consumo cinematografico	8
L-ART/06 Fotografia e nuove tecnologie visuali	8
L-ART/07 Musica per i media	8
ING-INF/05 Informatica	9
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	6
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	6
III ANNO	
L-LIN/01 Linguaggi settoriali	8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale	6
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione	6
M-PSI/05 Psicologia sociale	8
Laboratori	*4*
Attività formativa a scelta dello studente	*12*
Stage	*3*
Prova finale	*8*

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

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.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:
ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6
L-FIL-LET/11 Letteratura di massa e di consumo cfu 8
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8

2.4 Indirizzo: comunicazione sociale e politica

Obiettivi formativi
I laureati in questo indirizzo devono possedere le abilità necessarie per attività relazionali, di analisi dei dati di ricerche di mercato e dei sondaggi di opinione, abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale, istituzionale 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. 2009 - 2010

I ANNO	**CFU**
SECS-P/02 Economia e contabilità nazionale	8
SPS/04 Scienza politica	8
SPS/07 Sociologia	8
M-STO/04 Storia dei partiti e dei movimenti politici	8
M-FIL/05 Linguaggio politico	8
L-LIN/12 Lingua inglese	8
L-FIL-LET/10 Lingua letteraria e linguaggi settoriali	6
M-PED/01 Teoria e modelli dei processi formativi	8
II ANNO	
SPS/08 Sociologia della comunicazione	8
M-PSI/05 Psicologia politica	8
L-ART/06 Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	8
ING-INF/05 Informatica	9
SPS/12Istituzionigiuridicheemutamento sociale	8
Una lingua straniera a scelta tra:	
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola	6
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca	6
III ANNO	
SPS/08 Teoria e tecnica della comunicazione di massa	8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale	6
SECS-P/02 Economia e finanza pubblica	8
M-PSI/06 Psicologia dei gruppi e delle organizzazioni	8
SPS/11 Sociologia della politica	8
IUS/08 Diritto costituzionale	6
Laboratori	*4*
Attività formative a scelta dello studente	*12*
Stage	3
Prova finale	*8*

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

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.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:
ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali cfu 6
SPS/08Tecnologie comunicative e media education cfu 8

3. Corso di laurea triennale (classe 14) Scienze della comunicazione

ad esaurimento, chiuso alle immatricolzioni

3.1 Indirizzo: comunicazione di massa

Piano di studiO A. A. 2009 - 2010

I ANNO DISATTIVATO

SECS-P/06 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
L-ART/05 Teoria e tecnica della comunicazione di massa cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese cfu 6
ING-INF/05 Informatica alfabetizzazione cfu 1
L-FIL-LET/10 Composizione testi cfu 2

II ANNO DISATTIVATO

SPS/08 Sociologia della comunicazione cfu 8
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali 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 8
SECS-P/08 Marketing cfu 8
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura cfu 1
Una lingua straniera a scelta tra:
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola cfu 4
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca cfu 4

III ANNO

Una letteratura a scelta tra:
L-LIN/05 Letteratura spagnola cfu 4
L-LIN/13 Letteratura tedesca cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale quantitativa cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale qualitativa cfu 4
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione cfu 8
SECS-P/02 Economia dell'informazione e della comunicazione cfu 8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione cfu 8
SPS/09 Sociologia del lavoro cfu 8

Attività formativa a scelta dello studente cfu 9
Laboratori e attività seminariali cfu 5
Stage cfu 3

Prova finale cfu 9

Laboratori e attività seminariali

Lo studente deve acquisire nel triennio 5 CFU tra seminari e laboratori. Es: un seminario cfu 2 + un laboratorio cfu 4, il credito in esubero può essere utilizzato a completamento dell'attività a scelta.

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'inform azione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

Attività seminariale (crediti 2)

M-STO/04 Seminario di Storia contemporanea
M-PSI/05 Seminario di Psicologia sociale
SPS/08 Seminario di Sociologia della comunicazione
IUS/08 Seminario di Diritto dell'informazione e della comunicazione
SECS-P/08 Seminario di Marketing

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. Inoltre, nel caso di insegnamenti della Facoltà gli studenti possono concordare con i docenti un programma da 9 crediti per la disciplina che intendono sostenere come attività a scelta, in tal caso al momento della verbalizzazione verranno appunto annotati 9 crediti. Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:

ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6

3.2 Indirizzo: comunicazione d'impresa

Piano di studio a. a. 2009 - 2010

I ANNO DISATTIVATO

SECS-P/06 Microeconomia applicata cfu 8
SPS/07 Sociologia cfu 8
IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico cfu 8
M-STO/04 Storia contemporanea cfu8
M-FIL/05 Semiotica cfu 8
L-ART/05 Teoria e tecnica della comunicazione di massa cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese cfu 6
ING-INF/05 Informatica alfabetizzazione cfu1
L-FIL-LET/10 Composizione testi cfu 2

II ANNO DISATTIVATO

SPS/08 Sociologia della comunicazione cfu 8
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali 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 8
SECS-P/08 Marketing cfu 8
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura cfu 1
Una lingua straniera a scelta tra:
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola cfu 4
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca cfu 4

III ANNO

Una letteratura a scelta tra:
L-LIN/05 Letteratura spagnola cfu 4
L-LIN/13 Letteratura tedesca cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale quantitativa cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale qualitativa cfu 4
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione cfu 8
SECS-P/02 Economia dell'informazione e della comunicazione cfu 8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione cfu 8
SPS/09 Sociologia del lavoro cfu 8

Attività formativa a scelta dello studente cfu 9
Laboratori e attività seminariali cfu 5
Stage cfu 3
Prova finale cfu 9

Laboratori e attività seminariali

Lo studente deve acquisire nel triennio 5 CFU tra seminari e laboratori. Es: un seminario cfu 2 + un laboratorio cfu 4, il credito in esubero può essere utilizzato a completamento dell'attività a scelta.

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'inform azione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

Attività seminariale (crediti 2)

M-STO/04 Seminario di Storia contemporanea
M-PSI/0 Seminario di Psicologia sociale
SPS/08 Seminario di Sociologia della comunicazione
IUS/08 Seminario di Diritto dell'informazione e della comunicazione
SECS-P/08 Seminario di Marketing

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. Inoltre, nel caso di insegnamenti della Facoltà gli studenti possono concordare con i docenti un programma da 9 crediti per la disciplina che intendono sostenere come attività a scelta, in tal caso al momento della verbalizzazione verranno appunto annotati 9 crediti. Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:

ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6

3.3 indirizzo: comunicazione culturale

I ANNO DISATTIVATO

SPS/08 Comunicazione dell'industria culturale cfu 8
SECS-P/06 Economia della cultura cfu 8
IUS/0 Istituzioni di diritto pubblico cfu8
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 6
L-FIL-LET/11 Letteratura di massa e di consumo cfu 4
L-ART/05 Comunicazione teatrale cfu 4
SPS/04 Politica e politiche culturali cfu 8

II ANNO DISATTIVATO

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 6
L-ART/06 Fotografia e nuove tecnologie visuali cfu 6
L-ART/07 Musica per i media cfu 8
IUS/01Nozioni giuridiche fondamentali cfu 8
ING-INF/05 Informatica applicata cfu 5
Una lingua straniera a scelta tra:
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola cfu 4
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca cfu 4

III ANNO

L-LIN/01 Linguaggi settoriali cfu 8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale quantitativa cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale qualitativa cfu 4
IUS/08 Diritto dell'informazione e della comunicazione cfu 8
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione cfu 8
ING-INF/05 Informatica cfu 4
Una letteratura a scelta tra:
L-LIN/05 Letteratura spagnola cfu 4
L-LIN/13 Letteratura tedesca cfu 4

Attività formativa a scelta dello studente cfu 9
Laboratori e attività seminariali cfu 5
Stage cfu 3

Prova finale cfu 9

Laboratori e attività seminariali
Lo studente deve acquisire nel triennio 5 CFU tra seminari e laboratori. Es: un seminario cfu 2 + un laboratorio cfu 4, il credito in esubero può essere utilizzato a completamento dell'attività a scelta.

Attività seminariale (crediti 2)
M-FIL/05 Semiotica
L-LIN/1 Linguistica generale
M-PSI/05 Psicologia sociale
M-FIL/04 Estetica e iconologia
SPS/09 Sociologia del lavoro
SECS-P/08 Marketing
M-STO/04 Storia contemporanea
SPS/08 Sociologia della comunicazione

Laboratori e attività seminariali
Lo studente deve acquisire nel triennio 5 CFU tra seminari e laboratori. Es: un seminario cfu 2 + un laboratorio cfu 4, il credito in esubero può essere utilizzato a completamento dell'attività a scelta.

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

Attività seminariale (crediti 2)
M-STO/04 Seminario di Storia contemporanea
M-PSI/05 Seminario di Psicologia sociale
SPS/08 Seminario di Sociologia della comunicazione
IUS/08 Seminario di Diritto dell'informazione e della comunicazione
SECS-P/08 Seminario di Marketing

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. Inoltre, nel caso di insegnamenti della Facoltà gli studenti possono concordare con i docenti un programma da 9 crediti per la disciplina che intendono sostenere come attività a scelta, in tal caso al momento della verbalizzazione verranno appunto annotati 9 crediti. Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà
ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6

3.4 Indirizzo: comunicazione sociale e politica

Piano di studio a. a. 2009 - 2010

I ANNO DISATTIVATO

SECS-P/06 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
IUS/08 Diritto costituzionale cfu 8
M-FIL/05 Linguaggio politico cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese cfu 6
ING-INF/05 Informatica alfabetizzazione cfu 1
L-FIL-LET/10 Composizione testi cfu 2

II ANNO DISATTIVATO

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 8
IUS/01 Nozioni giuridiche fondamentali cfu 8
SPS/12 Istituzioni giuridiche e mutamento sociale cfu 8
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura cfu 1
Una lingua straniera a scelta tra:
L-LIN/07 Lingua e cultura spagnola cfu 4
L-LIN/14 Lingua e cultura tedesca cfu 4

III ANNO

Una letteratura a scelta tra:
L-LIN/05 Letteratura spagnola cfu 4
L-LIN/13 Letteratura tedesca cfu 4
L-ART/05 Teoria e tecnica della comunicazione di massa cfu 8
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale quantitativa cfu 4
SPS/07 Metodologia della ricerca sociale qualitativa cfu 4
SECS-P/06 Economia e finanza pubblica cfu 8
M-PSI/06 Psicologia dei gruppi e delle organizzazioni cfu 8
SPS/11 Sociologia della politica cfu 8

Laboratori/attività seminariale cfu 5
Attività formative a scelta dello studente cfu 9
Stage cfu3
Prova finale cfu9

Laboratori e attività seminariali

Lo studente deve acquisire nel triennio 5 CFU tra seminari e laboratori. Es: un seminario cfu 2 + un laboratorio cfu 4, il credito in esubero può essere utilizzato a completamento dell'attività a scelta.

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-PSI/01 Laboratorio di psicologia della comunicazione

L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
ING-INF/05 Laboratorio di sonorizzazione applicata
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
SECS-P/08 Laboratorio di marketing territoriale
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere
SPS/08 Laboratorio di teorie dell'informazione
L-FIL-LET/10 Laboratorio di scrittura italiana

Attività seminariale (crediti 2)

M-STO/04 Seminario di Storia contemporanea
M-PSI/05 Seminario di Psicologia sociale
SPS/08 Seminario di Sociologia della comunicazione
IUS/08 Seminario di Diritto dell'informazione e della comunicazione
SECS-P/08 Seminario di Marketing

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. Inoltre, nel caso di insegnamenti della Facoltà gli studenti possono concordare con i docenti un programma da 9 crediti per la disciplina che intendono sostenere come attività a scelta, in tal caso al momento della verbalizzazione verranno appunto annotati 9 crediti. Verranno inoltre offerte attività finalizzate all'acquisizione di significative esperienze teorico-pratiche che verranno accreditate.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà

ICAR/17 Linguaggio grafico e multimediale cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari cfu 6
SPS/08 Tecnologie comunicative e media education cfu 8
M-FIL/05 Semiotica applicata cfu 6

4. Corso di laurea magistrale (classe LM-59) Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Requisiti per l'accesso
Per essere ammessi al corso di laurea magistrale, classe LM-59 di Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità è richiesto il possesso del diploma di laurea triennale o di altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero e legalmente riconosciuto. In ragione della compatibilità/continuità sul piano didattico-disciplinare, il possesso della laurea triennale alla Classe L-20 (ex Classe 14) Scienze della Comunicazione, conseguita presso l'Università degli Studi di Macerata o presso qualsiasi altro Ateneo Italiano o altro titolo ad essa riconducibile, è requisito di ammissione e comporta l'iscrizione alla Classe LM-59 Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità senza debiti formativi.
Possono altresì essere ammessi i laureati in altri corsi di laurea triennale, previa verifica dei requisiti curriculari volta ad accertare la preparazione multidisciplinare di base necessaria per la proficua frequenza della laurea magistrale della Facoltà. Più in particolare, nel corso del pregresso curriculum formativo, gli studenti dovranno aver acquisito un congruo numero di crediti in almeno tre delle seguenti aree disciplinari:

- **Area storica** (Storia contemporanea, Storia della scienza e delle tecniche)
- **Area sociologica** (Sociologia generale, Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Sociologia dei processi economici e del lavoro, Sociologia giuridica della devianza e mutamento sociale, Sociologia dei fenomeni politici, Scienza politica)
- **Area linguistica** (Glottologia e linguistica, Linguistica italiana, Lingua Inglese, Francese, Tedesca, Spagnola)
- **Area letteraria** (Letteratura italiana contemporanea, Letteratura italiana, Linguistica italiana)
- **Area economica** (Economia politica, Politica economica, Economia applicata, Economia e gestione delle imprese, Economia aziendale, Statistica)
- **Area giuridica** (Diritto privato, Istituzioni di diritto pubblico, Diritto amministrativo, Diritto dell'unione europea, Diritto dell'informazione e della comunicazione)
- **Area delle scienze umane** (Pedagogia generale e sociale, Pedagogia sperimentale, Psicologia generale, Psicologia sociale, Psicologia del lavoro e delle organizzazioni ecc.)
- **Area delle metodologie critiche e arti della comunicazione** (Disegno, Sistemi di elaborazione delle informazioni, informatica, Discipline dello spettacolo, Cinema, fotografia e televisione, Estetica, Filosofia e teoria dei linguaggi, Musicologia e storia della musica).

Modalità di recupero delle carenze nelle conoscenze in ingresso.
Le lacune nelle conoscenze di base relative alle aree disciplinari in cui non siano stati acquisiti CFU dovranno essere colmate con un percorso di ingresso personalizzato che verrà stabilito da apposita Commissione.

Obiettivi formativi
I laureati in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità dovranno possedere conoscenze approfondite del sistema dell'informazione in Italia e in Europa, competenze idonee alla realizzazione di prodotti multimediali e ipertestuali e capacità di gestire un gruppo di lavoro (lavorare in team). Il laureato dovrà essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno due lingue dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Didattica
Il corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità comprende attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi delle scienze della comunicazione e dell'informazione, nonché l'applicazione di metodi propri del lavoro di scrittura giornalistica, di gestione delle informazioni, di realizzazioni di forme testuali e ipertestuali; prevede attività di tirocinio e stage presso aziende pubbliche e private dell'Unione Europea, testate giornalistiche, imprese editoriali, anche sotto la guida di giornalisti professionisti o dirigenti di imprese editoriali. L'apprendimento sarà conseguito tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; partecipazione a gruppi di lavoro per la realizzazione di prodotti multimediali, pubblicitari ed editoriali; esperienze di tirocinio professionale supportate da attività di tutorato e supervisione. I risultati dell'apprendimento saranno verificati tramite: prove intermedie e finali, tesine scritte, esercitazioni pratiche, analisi di case history, redazione di brevi relazioni su seminari, convegni di settore, redazione di progetti concreti, realizzazione di prodotti multimediali.

4.1 Indirizzo: comunicazione d'impresa e pubblicità

Obiettivi formativi
I laureati in questo indirizzo devono possedere competenze idonee a svolgere attività comunicativa interna ed esterna nell'ambito degli enti pubblici e dell'impresa; abilità nella ideazione e implementazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali; abilità specialistiche relative alle tecniche e strategie pubblicitarie.

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 a.a. 2009-2010

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

Laboratori cfu 4
Attività formativa a scelta cfu 8
Stage cfu 3
Prova finale cfu 19

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/11 Laboratorio di comunicazione politica
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura e comunicazione di massa

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
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere

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.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:
L-FIL-LET/10 Comunicazione letteraria cfu 8
M-STO/04 Storia del giornalismo e dei nuovi media cfu 8
ICAR/17 Grafica pubblicitaria cfu 8
L-LIN/06 Lingua e lett. ispaniche cfu 8
ING-INF/05 Informatica per la comunicazione cfu 8
SPS/04 Scienza Politica* cfu 8
M-PSI/05 Psicologia della formazione cfu 8
ING-INF/05 Comunicazione multimediale cfu 8
ING-INF/05 Editoria multimediale cfu 8
SPS/11Sociologia dei fenomeni politici cfu 8
L-LIN/07 Lingua spagnola per la comunicazione cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese per la comunicazione cfu 8
L-LIN /14 Lingua tedesca per la comunicazione cfu 8

** Tale insegnamento non può essere scelto dagli studenti in possesso della laurea di I livello in Scienze della Comunicazione indirizzo comunicazione sociale e politica (vecchi ordinamenti) e indirizzi comunicazione culturale e comunicazione sociale e politica (nuovo ordinamento 2008).*

N.B. Qualora i cfu risultassero differenti, rispetto a quelli attribuiti agli insegnamenti dei corsi ufficiali, gli studenti sono tenuti a concordare con i docenti un programma aggiuntivo a completamento dei crediti mancanti.

4.2 Indirizzo: Comunicazione editoriale

Obiettivi formativi
I laureati in questo indirizzo devono possedere competenze idonee all'impiego nell'ambito delle imprese dell'editoria, anche attraverso l'uso di nuove tecnologie informatiche e multimediali; strumenti metodologici idonei all'analisi sociale ai fini del lavoro editoriale; abilità di scrittura giornalistica, anche per i nuovi media; competenze idonee ad utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno due lingue dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari

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. 2009-2010

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
Una lingua a scelta tra:
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 e dei nuovi media cfu 8
SECS-P/02 Politica economica cfu 8
SPS/04 Politica e politiche culturali cfu 8

Laboratori cfu 4
Attività formativa a scelta cfu 8
Stage cfu 3
Prova finale cfu 19

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/11 Laboratorio di comunicazione politica
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura e comunicazione di massa
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
L-FIL-LET/10 Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico
L-FIL-LET/10 Laboratorio di letteratura teatrale italiana
IUS/08 Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione
M-STO/04 Laboratorio di storia delle donne e di genere

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.

Attività formative a scelta attivate dalla Facoltà:
ICAR/17 Grafica pubblicitaria cfu 8
L-LIN/06 Lingua e lett. ispaniche cfu 8
ING-INF/05 Comunicazione multimediale cfu 8
L-LIN/12 Lingua inglese per la comunicazione cfu 8
IUS/08 Diritto Costituzionale cfu 8
SECS-P/02 Economia dell'impresa e del territorio cfu 8
L-ART/06 Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria cfu 8
L-FIL-LET/11 Letteratura di massa e di consumo cfu 8
L-FIL-LET/11 Produzione e diffusione letteraria cfu 8
SECS-P/08 Marketing dei servizi cfu 8
L-LIN/01 Pragmatica e retorica cfu 8
ING-INF/05 Progettazione di sistemi multimediali cfu 8
L-ART/06 Realizzazione di documentari per l'impresa e il territorio cfu 8
SECS-P/02 Economia dell'impresa e dei settori cfu 8
L-ART/06 Storia e critica del cinema cfu 8

N.B. Qualora i cfu risultassero differenti, rispetto a quelli attribuiti agli insegnamenti dei corsi ufficiali, gli studenti sono tenuti a concordare con i docenti un programma aggiuntivo a completamento dei crediti mancanti.

5. Corsi e docenti
Corso di laurea triennale -Classe 14/L-20

DISCIPLINA	DOCENTE	Come contattarli
Comunicazione dell'industria culturale	Asteria Casadio	asteriacasadio@tiscali.it
Comunicazione teatrale	M Rosaria Caracciolo	a.caracciolo@unimc.it
Diritto dell'informazione e della comunicazione (insegnamento)	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Diritto dell'informazione e della comunicazione (seminario)	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Economia della cultura	Rosita Pretaroli	pretaroli@unimc.it
Economia dell'informazione e della comunicazione	Rosita Pretaroli	pretaroli@unimc.it
Economia e contabilità nazionale	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Economia e finanza pubblica	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Estetica (insegnamento)	Silvia Ferretti	silvia.ferretti@unimc.it
Forme della comunicazione letteraria	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Fotografia e nuove tecnologie visuali	Paolo Monina	info@paolomoninastudio.com
Informatica	Primo Zingaretti	p.zingaretti@unimc.it
Istituzioni di diritto pubblico	Giulio Salerno	salerno@unimc.it
Istituzioni giuridiche e mutamento sociale	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Letteratura spagnola	Graciela Ricci	riccign2003@libero.it
Letteratura tedesca	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Lingua e cultura spagnola	Graciela Ricci	riccign2003@libero.it
Lingua e cultura tedesca	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Lingua inglese	Viviana Gaballo	viviana.gaballo@unimc.it
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Linguaggi settoriali	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Linguaggio grafico e multimediale	Hideaki Kawano	hk@garvingroup.com
Linguaggio politico	Maria Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Linguistica generale (insegnamento)	Maria Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Macroeconomia applicata	Claudio Socci	socci_claudio@unimc.it
Marketing (insegnamento)	Giacomo Gistri	giacomo.gistri@unimc.it
Marketing (seminario)	Elena Cedrola	elena.cedrola@unimc.it
Metodologia della ricerca qualitativa	In attesa di conferim.	
Metodologia della ricerca quantitativa	In attesa di conferim.	
Microeconomia applicata	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Musica per i media	Paolo Marzocchi	mail@paolomarzocchi.it
Nozioni giuridiche fondamentali	Francesco Prosperi	fprosperi@virgilio.it
Produzione e consumo cinematografico	In attesa di conferim.	
Psicologia dei gruppi e delle organizzazioni	Barbara Pojaghi Giovanna Bianco	poiaghi@unimc.it giovanna.bianco@unimc.it
Psicologia della comunicazione	Ramona Bongelli	ramona.bongelli@unimc.it
Psicologia politica	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it

Psicologia sociale (insegnamento)	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Psicologia sociale (seminario)	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Realizzazione di documentari	AntonGiulio Mancino	antongiulio@virgilio.it
Scienza politica	Giovanni E. Maestri	ezio.maestri@unimc.it
Semiotica (insegnamento)	Gianna Angelini	gianna.angelini@unimc.it
Semiotica applicata	Gianna Angelini	gianna.angelini@unimc.it
Sociologia	In attesa di conferim.	
Sociologia del lavoro	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Sociologia della comunicazione (insegnamento)	Lucia D'Ambrosi	lucia.dambrosi@unimc.it
Sociologia della comunicazione (seminario)	Lucia D'Ambrosi	lucia.dambrosi@unimc.it
Sociologia della politica	Francesco Verducci	francesco.verducci@unimc.it
Sociologia giuridica e del mutamento sociale	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Storia contemporanea (insegnamento)	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Storia contemporanea (seminario)	Gennaro Carotenuto	gcarotenuto@unimc.it
Storia dei partiti e dei movimenti politici	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Storia sociale della comunicazione	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Tecnologie comunicative e media education	Eleonora Camaioni	elecamaioni@gmail.com
Teoria della parola e delle immagini	Silvia Ferretti	silvia.ferretti@unimc.it
Teoria e modelli dei processi formativi	Paola Zonca	p.zonca@unimc.it
Teoria e tecnica della comunicazione massa	Lucia D'Ambrosi	lucia.dambrosi@unimc.it
Teoria e tecnica linguaggio radiotelevisivo	Giancarlo Trapanese	giancarlo.trapanese@tin.it
Laboratorio di analisi del dialogo	Ramona Bongelli	ramona.bongelli@unimc.it
Laboratorio di analisi testuale	Gianna Angelini	gianna.angelini@unimc.it
Laboratorio di comunicazione musicale I	Giovanni Tortora	tortora.giovanni@gmail.com
Laboratorio di culture ispaniche	M. Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Laboratorio di fonti multimediali per la storia	Claudio Gaetani	never29@libero.it
Laboratorio di geopolitica	Gennaro Carotenuto	gcarotenuto@unimc.it
Laboratorio di letteratura teatrale italiana	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Laboratorio di linguaggio cinematografico	Claudio Gaetani	never29@libero.it
Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino	Michela Pallonari	michela.pallonari@unimc.it
Laboratorio di marketing territoriale	Laura Gavinelli	laura.gavinelli@unimc.it
Laboratorio di psicologia della comunicazione	Andrzej Zuczkowski	zuko@unimc.it
Laboratorio di scrittura italiana	Eleonora Ercolani	eleonoraercolani@libero.it
Laboratorio di sonorizzazione applicata	Alessandro Petrolati	info@alessandro-petrolati.it
Laboratorio di storia delle donne e di genere	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web	Adriano Mancini	adriano.mancini@unimc.it
Laboratorio di teorie dell'informazione	Barbara Osimani	barbara.osimani@lu.unisi.ch

Corso di laurea magistrale - Classe LM-59

DISCIPLINA	DOCENTE	Come contattarli
Acustica multimediale	David Monacchi	info@davidmonacchi.it
Comunicazione editoriale	Elena Frontaloni	elenafrontaloni@libero.it
Comunicazione letteraria	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Comunicazione multimediale	Letizia Catarini	letlornew@tin.it
Diritto costituzionale	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Economia dell'impresa e dei settori	Alessio Cavicchi	a.cavicchi@unimc.it
Economia dell'impresa e del territorio	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Editoria multimediale	Letizia Catarini	letlornew@tin.it
Grafica pubblicitaria	Hideaki Kawano	hk@garvingroup.com
Informatica per la comunicazione	Primo Zingaretti	p.zingaretti@unimc.it
Letteratura di massa e di consumo	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Lingua e letterature ispaniche	M.Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Lingua inglese per la comunicazione	Viviana Gaballo	viviana.gaballo@unimc.it
Lingua spagnola per la comunicazione	Graciela Ricci	riccign2003@libero.it
Lingua tedesca per la comunicazione	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Marketing dei servizi	Giacomo Gistri	giacomo.gistri@unimc.it
Politica economica	Claudio Socci	socci_claudio@unimc.it
Politica e politiche culturali	Giovanni E.Maestri	ezio.maestri@unimc.it
Pragmatica e retorica	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Produzione e diffusione letteraria	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Progettazione di sistemi multimediali	Emanuele Frontoni	e.frontoni@unimc.it
Psicologia della formazione	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Realizzazione di documentari per l'impresa e il territorio	AntonGiulio Mancino	antongiulio@virgilio.it
Scienza politica	Giovanni E.Maestri	ezio.maestri@unimc.it
Sociologia dei fenomeni politici	Francesco Verducci	francesco.verducci@unimc.it
Storia e critica del cinema	AntonGiulio Mancino	antongiulio@virgilio.it
Storia del giornalismo e dei nuovi media	Gennaro Carotenuto	gcarotenuto@unimc.it
Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria	Paola Costanza Papakristo	p.papakristo@iol.it
Laboratorio di comunicazione linguistica, verbale e iconica	Ilaria Morresi	i-morresi@unimc.it
Laboratorio di comunicazione politica	Francesco Verducci	francesco.verducci@unimc.it
Laboratorio di diritto dell'informazione e della comunicazione	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Laboratorio di letteratura e comunicazione di massa	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Laboratorio di letteratura teatrale italiana	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Laboratorio di lettura ed esegesi del testo poetico	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Laboratorio di storia delle donne e di genere	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Laboratorio di tecniche audio per l'editing e l'analisi del suono	Alessandro Petrolati	info@alessandro-petrolati.it
Laboratorio di tecniche per la comunicazione sul web	Emanuele Frontoni	e.frontoni@unimc.it