



GUIDA DI FACOLTÀ SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

GUIDA DI FACOLTÀ

SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

10/11

anno accademico 2010/2011

a cura di
Paola Dezi



certificato del sistema qualità
N° 50 100 7144



Università degli Studi
di Macerata

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	2
1.4	Politica della qualità	4
1.5	Un bollino di professionalità	5
1.6	Contatti	5
1.7	Calendario didattico a.a.2010 2011	7
1.8	Notizie utili	9
1.9	Come prenotarsi agli esami	10
1.10	Regolamento Stage	11
1.11	Regolamento Prova finale	12

LAUREA TRIENNALE

2.	Corso di laurea triennale	
	Scienze della Comunicazione - Classe L-20	15
2.1	Indirizzo Comunicazione di massa	17
2.2	Indirizzo Comunicazione d'impresa	19
2.3	Indirizzo Comunicazione culturale	21
2.4	Indirizzo Comunicazione sociale e politica	23

LAUREA MAGISTRALE

3.	Corso di laurea magistrale	
	Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità Classe LM-59	25
3.1	Indirizzo Comunicazione d'impresa e pubblicità	27
3.2	Indirizzo Comunicazione editoriale	29
4.	Corsi e docenti	31

© 2010 unimc

progetto grafico e impaginazione
Dott.ssa Chiara Crucianelli
CIEM

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:

Facoltà di Scienze della Comunicazione
Presidenza, Via Don Minzoni, 2
62100 Macerata
T 0733 2582510

presidenzacomunicazione@unimc.it
www.unimc.it/comunicazione

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 2010-2011 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

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.

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.ssa Barbara Pojaghi

poiaghi@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

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

Presidente

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

Calzolaio Simone

Carotenuto Gennaro

delegato di Facoltà nel comitato tecnico del CIEM

RICERCATORI TITOLARI DI AFFIDAMENTO

Bongelli Ramona

delegata di Facoltà nel comitato tecnico del CAO

D'Ambrosi Lucia

Gaballo Viviana

Gistri Giacomo

Maestri Giovanni Ezio

Mancino Anton Giulio

Verducci Francesco

RAPPRESENTANTI DEGLI STUDENTI:

Brogli Michele

vegoloten@alice.it

Pignoloni Maria Chiara

pignolonimariachiara@libero.it

Spuri Nisi Riccardo

riccardonisi@virgilio.it

Tidei Jessica

jessicatidei@yahoo.it

Tribuzio Giuseppe

fabrizio.tribuzio@libero.it

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). 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 condizioni stabilite dal Regolamento Didattico d'Ateneo, i titolari di supplenze e affidamenti e una rappresentanza degli studenti. Il Consiglio di

classi unificate è presieduto da un docente di ruolo eletto tra i professori afferenti. 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

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

Rondini Andrea **Presidente**

Rondini Andrea

Professori aggregati:

Barchiesi Maria Amalia

Bongelli Ramona

Calzolaio Simone

Carotenuto Gennaro

D'Ambrosi Lucia

Gaballo Viviana

Gistri Giacomo

Maestri Giovanni Ezio

Mancino Anton Giulio

Verducci Francesco

RAPPRESENTANTI DEGLI STUDENTI

Brogli Michele

vegoloten@alice.it

Pignoloni Maria Chiara

pignolonimariachiara@libero.it

Docenti titolari di affidamento:

Cavicchi Alessio

Simeone Domenico

Socci Claudio
Zingaretti Primo
DOCENTI A CONTRATTO

Angelini Gianna

Bianco Giovanna

Catarini Letizia

Frontaloni Elena

Marzocchi Paolo

Papakristo Paola

Pretaroli Rosita

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 co-

siddetto "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. I corsi di laurea della Facoltà, nello specifico i curriculum in comunicazione d'impresa, comunicazione culturale e comunicazione sociale e politica del corso di laurea triennale e il curriculum in comunicazione editoriale del corso di laurea magistrale hanno ottenuto l'endorsement da parte della Ferpi e dall'Assorel. Il processo 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.

1.6 Contatti

SEGRETERIA STUDENTI

Area Segreteria Studenti - Ufficio 3

via Piave n. 42,

62100 Macerata

Numero verde 800 22 40 71

tel. 0733 258 2000

Fax: 0733.258.6025

ss.comulette@unimc.it

SEGRETERIA DELLA PRESIDENZA

T 0733/2582521

Fax 0733/2582530

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. 2010-11

DATE	ATTIVITA' DIDATTICA
6-10 settembre 2010/13-17 settembre 2010	Esami – sessione autunnale
27 sett. - 1 ottobre inizio lezioni 1° SEMESTRE solo per il II e III anno	settimana di lezioni
4 - 8 ottobre 2010 inizio lezioni 1° SEMESTRE I anno	settimana di lezioni
11 - 15 ottobre 2010	settimana di lezioni
18 - 22 ottobre 2010	settimana di lezioni
25 - 29 ottobre 2010	settimana di lezioni
2 - 3 novembre 2010 lun-mart-merc	½ settimana di lezioni
4 e 5 novembre 2010	Esami di Laurea 2009-2010
8 - 12 novembre 2010	settimana di lezioni
15 - 19 novembre 2010	settimana di lezioni
22 - 26 novembre 2010	settimana di lezioni
29 nov. - 3 dicembre 2010	settimana di lezioni
6-7 dicembre 2010/9-10 dicembre 2010	settimana di lezioni FINE LEZIONI
13 - 17 dicembre 2010	Esami sessione straordinaria 2009-2010
20 dicembre - 7 gennaio 2011	Vacanze natalizie
10 - 14 gennaio 2011	Esami sessione invernale appello 1° semestre 2010-2011 e straordinario 2009-2010
17 - 28 gennaio 2011	Pausa
31 gennaio - 4 febbraio 2011	Esami sessione invernale appello 1° semestre 2010-2011 e straordinario 2009-2010
7 - 11 febbraio 2011 inizio lezioni 2° SEMESTRE	settimana di lezioni
14 - 18 febbraio 2011	settimana di lezioni
21 - 25 febbraio 2011	settimana di lezioni
28 febbraio - 4 marzo 2011	settimana di lezioni
7 - 11 marzo 2011	settimana di lezioni
14 - 16 marzo 2011	½ settimana di lezioni Esami di Laurea 2009-2010 17 e 18 marzo
21 - 25 marzo 2011	settimana di lezioni Appello fuori corso
28 marzo - 1 aprile 2011	settimana di lezioni
4 - 8 aprile 2011	settimana di lezioni

11 - 15 aprile 2011	settimana di lezioni
18 - 20 aprile 2011	½ settimana di lezioni
21 - 26 aprile 2011	Vacanze pasquali
27 - 29 aprile 2011	½ settimana di lezioni FINE LEZIONI
9 - 13 maggio 2011	Esami sessione estiva
6 - 10 giugno 2011	Esami sessione estiva
30 giugno - 1° luglio 2011	Esami di Laurea 2010-2011
4 - 8 luglio 2011	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 nè indicato nell'elenco precedente, è necessario presentare domanda in carta semplice all'Ufficio Organizzazione e Informazioni della Segreteria di Presidenza della Facoltà o inviare una richiesta via e-mail agli indirizzi: r.brachetta@unimc.it oppure r.catena@unimc.it in modo che si provveda a nominare una apposita commissione.

Teoria dell'organizzazione

Gli studenti devono sostenere l'esame con la prof.ssa Alessia Bertolazzi negli appelli previsti per Sociologia con il seguente programma:

- Mary Jo Hatch, *Teoria dell'organizzazione*, il Mulino

Lingua francese

Gli studenti devono sostenere l'esame con il prof. Hans-Georg Gruning. Gli studenti sono pregati di prendere contatto con il docente per il programma.

Sociologia dei processi culturali e comunicativi

Gli studenti devono sostenere l'esame con la prof.ssa Alessia Bertolazzi negli appelli previsti per Sociologia con il seguente programma:

- Morcellini M., *Lezione di Comunicazione*,

2003

- Grandi R., *I mass media tra Testo e Contesto*, 1999

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'Ufficio 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.

PET	Preliminary English Test	B1	2 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
FCE	First Certificate in English	B2	4 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)
CAE	Certificate in Advanced 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 Certificate Vantage	B2	4 CFU – Lingua Inglese (L-LIN/12)

Riconoscimento patente europea del computer

Lo studente che intenda chiedere l'accreditamento della patente europea del computer deve fare domanda alla Commissione carrieri 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).

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. 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.

1.9 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.

1.10 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 120 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:
 - attività e mansioni svolte
 - aspetti professionali approfonditi
 - accoglienza e assistenza
 - valutazione dell'esperienza ai fini della formazione
 - eventuali osservazioni e proposte per migliorare l'attività di gestione degli stages.

- una relazione dell'azienda al termine del-

lo stage, "Questionario di valutazione dello stagista", sottoscritta e timbrata dall'azienda stessa, in cui risulta:

- la valutazione dell'impegno dello studente
- il livello di preparazione evidenziato
- le modalità con cui lo studente è stato impiegato
- 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

1.11 Regolamento prova finale

Regolamento prova finale laurea triennale
All'inizio di ciascun anno accademico tutti i docenti del Corso di Laurea Triennale, com-

pilaranno 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 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 (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 ti-

tolo 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 power-point, 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 Preside 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, com-

pilaranno 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 power-point, 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 Preside riunirà la Commissione che assegnerà il voto, dopo aver sentito il relatore e il correlatore.

2. Corso di laurea triennale Scienze della comunicazione Classe L-20

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.

È 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 pubblicate 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

individuare 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 soddisfatti 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 organizzazioni sociali e politiche.

Il laureato dovrà essere in grado di utilizzare in forma scritta e orale almeno una lingua dell'Unione Europea e conoscere i principali

strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti di specifica competenza.

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 allo studio e all'analisi di sistemi sociali complessi con particolare attenzione ai fenomeni che caratterizzano le società nell'era post-industriale. 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 alla loro interazione nell'istituzione "Mercato". 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, con evidente attenzione all'evoluzione del linguaggio culturale in termini storici e odierni. Infine, l'indirizzo in **comunicazione sociale e politica** evidenzia peculiarità didattiche orientate allo studio delle caratteristiche interne e esterne delle organizzazioni sociali e politiche con particolare dominio delle discipline sociomediologiche, economiche e psicologiche applicate agli enti pubblici e alle organizzazioni sociali.

ienze 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, redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore.

I risultati di apprendimento saranno conseguiti tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; espe-

2.1 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. 2010/2011

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Macroeconomia applicata	SECS-P/02	8
Sociologia	SPS/07	8
Istituzioni di diritto pubblico	IUS/09	8
Storia contemporanea	M-STO/04	8
Semiotica	M-FIL/05	8
Teoria e tecnica della comunicazione di massa	SPS/08	8
Lingua inglese	L-LIN/12	8
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	L-FIL-LET/10	8
II ANNO		
Sociologia della comunicazione	SPS/08	8
Psicologia sociale	M-PSI/05	8
Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	L-ART/06	8
Informatica	ING-INF/05	9
Linguistica generale	L-LIN/01	8
Una lingua straniera a scelta tra: Lingua e cultura spagnola Lingua e cultura tedesca	L-LIN/07 L-LIN/14	6 6



III ANNO		
Diritto dell'informazione e della comunicazione	IUS/08	6
Estetica	M-FIL/04	8
Sociologia giuridica e del mutamento sociale	SPS/12	8
Psicologia della comunicazione	M-PSI/01	8
Teorie e modelli dei processi formativi	M-PED/01	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 nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Metodologie della ricerca sociale	SPS/07	8
Letteratura spagnola	L-LIN/05	6
Letteratura tedesca	L-LIN/13	6
Nozioni giuridiche fondamentali	IUS/01	6

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. 2010/2011

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Microeconomia applicata	SECS-P/02	8
Sociologia	SPS/07	8
Istituzioni di diritto pubblico	IUS/09	8
Storia contemporanea	M-STO/04	8
Semiotica	M-FIL/05	8
Teoria e tecnica della comunicazione di massa	SPS/08	8
Lingua inglese	L-LIN/12	8
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	L-FIL-LET/10	8
II ANNO		
Sociologia della comunicazione	SPS/08	8
Nozioni giuridiche fondamentali	IUS/01	6
Psicologia sociale	M-PSI/05	8
Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	L-ART/06	8
Informatica	ING-INF/05	9
Marketing	SECS-P/08	8
Una lingua straniera a scelta tra: Lingua e cultura spagnola Lingua e cultura tedesca	L-LIN/07 L-LIN/14	6 6



III ANNO		
Metodologia della ricerca sociale	SPS/07	8
Diritto dell'informazione e della comunicazione	IUS/08	6
Economia della comunicazione	SECS-P/02	8
Psicologia della comunicazione	M-PSI/01	8
Sociologia del lavoro	SPS/09	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 nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Letteratura spagnola	L-LIN/05	6
Letteratura tedesca	L-LIN/13	6

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. 2010/2011

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Comunicazione dell'industria culturale	SPS/08	8
Economia della cultura	SECS-P/02	8
Istituzioni di diritto pubblico	IUS/09	8
Storia sociale della comunicazione	M-STO/04	8
Forme della comunicazione letteraria	L-FIL-LET/11	8
Lingua inglese	L-LIN/12	8
Comunicazione teatrale	L-ART/05	8
Scienza politica	SPS/04	8
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	L-FIL-LET/10	6
II ANNO		
Semiotica	M-FIL/05	8
Teoria della parola e delle immagini	M-FIL/04	8
Produzione e consumo cinematografico	L-ART/06	8
Fotografia e nuove tecnologie visuali	L-ART/06	8
Musica per i media	L-ART/07	8
Informatica	ING-INF/05	9
Una lingua straniera a scelta tra: Lingua e cultura tedesca Lingua e cultura spagnola	L-LIN/14 L-LIN/07	6 6

III ANNO		
Linguaggi settoriali	L-LIN/01	8
Metodologia della ricerca sociale	SPS/07	6
Diritto dell'informazione e della comunicazione	IUS/08	6
Psicologia sociale	M-PSI/05	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 nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Letteratura spagnola	L-LIN/05	6
Letteratura tedesca	L-LIN/13	6
Letteratura di massa e di consumo	L-FIL-LET/11	8
Nozioni giuridiche fondamentali	IUS/01	6

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. 2010/2011**

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Economia e contabilità nazionale	SECS-P/02	8
Scienza politica	SPS/04	8
Sociologia	SPS/07	8
Storia dei partiti e dei movimenti politici	M-STO/04	8
Linguaggio politico	M-FIL/05	8
Lingua inglese	L-LIN/12	8
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	L-FIL-LET/10	6
Teoria e modelli dei processi formativi	M-PED/01	8
II ANNO		
Sociologia della comunicazione	SPS/08	8
Psicologia politica	M-PSI/05	8
Teoria e tecnica del linguaggio radiotelevisivo	L-ART/06	8
Informatica	ING-INF/05	9
Istituzioni giuridiche e mutamento sociale	SPS/12	8
Una lingua straniera a scelta tra: Lingua e cultura tedesca Lingua e cultura spagnola	L-LIN/14 L-LIN/07	6 6

III ANNO		
Teoria e tecnica della comunicazione di massa	SPS/08	8
Metodologia della ricerca sociale	SPS/07	6
Economia e finanza pubblica	SECS-P/02	8
Psicologia dei gruppi e delle organizzazioni	M-PSI/06	8
Sociologia della politica	SPS/11	8
Diritto costituzionale	IUS/08	6
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 nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Letteratura spagnola	L-LIN/05	6
Letteratura tedesca	L-LIN/13	6
Nozioni giuridiche fondamentali	IUS/01	6

3. Corso di laurea magistrale Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità Classe LM-59

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.

3.1 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. 2010/2011

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Acustica multimediale	ING-INF/05	8
Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria	L-ART/06	8
Diritto Costituzionale	IUS/08	6
Economia dell'impresa e del territorio	SECS-P/02	8
Marketing dei servizi	SECS-P/08	8
II ANNO		
Produzione e diffusione letteraria	L-FIL-LET/11	
Progettazione di sistemi multimediali	ING-INF/05	
Realizz. di documentari per l'impresa e il territorio	L-ART/06	
Economia dell'impresa e dei settori	SECS-P/02	
Pragmatica e retorica	L-LIN/01	
Politica economica	SECS-P/02	
Laboratori		4
Attività formativa a scelta dello studente		8
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 nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Comunicazione letteraria	L-FIL-LET/10	8
Storia del giornalismo	M-STO/04	8
Informatica per la comunicazione	ING-INF/05	8
Scienza Politica*	SPS/04	8
Psicologia della formazione	M-PSI/05	8
Editoria multimediale	ING-INF/05	8
Sociologia dei fenomeni politici	SPS/11	8
Lingua spagnola per la comunicazione	L-LIN/07	8
Lingua tedesca per la comunicazione	L-LIN /14	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.

3.2 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

Piano di studio a.a. 2010/2011

I ANNO		
Disciplina	SSD	CFU
Comunicazione letteraria	L-FIL-LET/10	8
Acustica multimediale	ING-INF/05	8
Comunicazione editoriale	SPS/08	8
Sociologia dei fenomeni politici	SPS/11	8
Una lingua a scelta tra: Lingua spagnola per la comunicazione Lingua tedesca per la comunicazione	L-LIN/07 L-LIN /14	6 6
II ANNO		
Informatica per la comunicazione	ING-INF/05	8
Editoria multimediale	ING-INF/05	8
Psicologia della formazione	M-PSI/05	8
Storia del giornalismo e dei nuovi media	M-STO/04	8
Politica economica	SECS-P/02	8
Politica e politiche culturali	SPS/04	8
Laboratori		4
Attività formativa a scelta dello studente		8
Stage		3
Prova finale		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 triennio un laboratorio (cfu 4) a scelta tra quelli attivati nel corso dell'anno e indicati nel sito della Facoltà www.unimc.it/comunicazione.

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

Disciplina	SSD	CFU
Lingua e lett. ispaniche	L-LIN/06	
Diritto Costituzionale	IUS/08	
Economia dell'impresa e del territorio	SECS-P/02	
Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria	L-ART/06	
Letteratura di massa e di consumo	L-FIL-LET/11	
Produzione e diffusione letteraria	L-FIL-LET/11	
Marketing dei servizi	SECS-P/08	
Pragmatica e retorica	L-LIN/01	
Progettazione di sistemi multimediali	ING-INF/05	
Realizzazione di documentari per l'impresa e il territorio	L-ART/06	
Economia dell'impresa e dei settori	SECS-P/02	

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

DISCIPLINA	DOCENTE	Come contattarli
Comunicazione dell'industria culturale	In attesa di conferimento	
Comunicazione teatrale	In attesa di conferimento	
Diritto costituzionale	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Diritto dell'informazione e della comun.	Simone Calzolaio	simone.calzolaio@unimc.it
Economia della comunicazione	In attesa di conferimento	
Economia della cultura	In attesa di conferimento	
Economia e contabilità nazionale	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Economia e finanza pubblica	Maurizio Ciaschini	ciasco@unimc.it
Estetica	Silvia Ferretti	silvia.ferretti@unimc.it
Forme della comunicazione letteraria	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Fotografia e nuove tecnologie visuali	In attesa di conferimento	
Informatica	Primo Zingaretti	p.zingaretti@unimc.it
Istituzioni di diritto pubblico	In attesa di conferimento	
Istituzioni giuridiche e mutamento soc.	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Letteratura di massa e di consumo	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Letteratura spagnola	Graciela N. Ricci	riccign2003@libero.it
Letteratura tedesca	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Lingua e cultura spagnola	Graciela N. Ricci	riccign2003@libero.it
Lingua e cultura tedesca	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Lingua inglese	In attesa di conferimento	
Lingua letteraria e linguaggi settoriali	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Linguaggi settoriali		
	Graciela N. Ricci	riccign2003@libero.it
	Hans Georg Grüning	gruning@unimc.it
Linguaggio politico	M. Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Linguistica generale	In attesa di conferimento	
Macroeconomia applicata	Claudio Socci	socci_claudio@unimc.it
Marketing	Giacomo Gistri	giacomo.gistri@unimc.it
Metodologia della ricerca sociale	In attesa di conferimento	
Microeconomia applicata	Rosita Pretaroli	pretaroli@unimc.it
Musica per i media	Paolo Marzocchi	mail@paolomarzocchi.it

DISCIPLINA	DOCENTE	Come contattarli
Nozioni giuridiche fondamentali	In attesa di conferimento	
Produzione e consumo cinematografico	Antongiulio Mancino	antongiulio.mancino@unimc.it
Psicologia dei gruppi e delle organizz.	Giovanna Bianco	giovanna.bianco@unimc.it
Psicologia della comunicazione	Ramona Bongelli	ramona.bongelli@unimc.it
Psicologia politica	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Psicologia sociale	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Scienza politica	Giovanni E. Maestri	ezio.maestri@unimc.it
Semiotica	Gianna Angelini	gianna.angelini@unimc.it
Sociologia	In attesa di conferimento	
Sociologia del lavoro	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Sociologia della comunicazione	Lucia d'Ambrosi	lucia.dambrosi@unimc.it
Sociologia della politica	Francesco Verducci	francesco.verducci@unimc.it
Sociologia giuridica e del mutamento soc.	Nedo Fanelli	fanelli@unimc.it
Storia contemporanea	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Storia dei partiti e dei movimenti politici	Gennaro Carotenuto	gcarotenuto@unimc.it
Storia sociale della comunicazione	Paola Magnarelli	pmagnarelli@unimc.it
Teoria della parola e delle immagini	Silvia Ferretti	silvia.ferretti@unimc.it
Teoria e modelli dei processi formativi	Domenico Simeone	domenico.simeone@unimc.it
Teoria e tecnica comunicazione massa	Lucia d'Ambrosi	lucia.dambrosi@unimc.it
Teoria e tecnica linguaggio radiotelev.	In attesa di conferimento	
Laboratorio di letteratura teatrale italiana	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it
Lab. di lettura ed esegesi del testo poetico	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.it

Corso di laurea magistrale – classe LM59

DISCIPLINA	DOCENTE	Come contattarli
Acustica multimediale	In attesa di conferimento	
Comunicazione editoriale	Elena Frontaloni	elenafrontaloni@libero.it
Comunicazione letteraria	Marcello Verdenelli	marcello.verdenelli@unimc.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	letizia.catarini@virgilio.it
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 letteratura ispaniche	M. Amalia Barchiesi	a.barchiesi@unimc.it
Lingua spagnola per la comunicazione	Graciela N. 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		
Produzione e diffusione letteraria	Andrea R. Rondini	a.rondini@unimc.it
Progettazione di sistemi multimediali	In attesa di conferimento	
Psicologia della formazione	Barbara Pojaghi	poiaghi@unimc.it
Realizzazione di documentari per l'impresa e il territorio	Antongiulio Mancino	antongiulio.mancino@unimc.it
Sociologia dei fenomeni politici	Francesco Verducci	francesco.verducci@unimc.it
Storia del giornalismo e dei nuovi media	Gennaro Carotenuto	gcarotenuto@unimc.it
Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria	Paola C. Papakristo	p.papakristo@iol.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