

Corso di laurea triennale in
Scienze della comunicazione
Classe 14 – Scienze della comunicazione

Indirizzo
Comunicazione culturale

PIANO DEGLI STUDI a.a. 2006-2007

I ANNO

- Comunicazione dell'industria culturale	cfu 8
- Economia della cultura	cfu 8
- Istituzioni di Diritto pubblico	cfu 8
- Storia sociale della comunicazione	cfu 8
- Forme della comunicazione letteraria	cfu 8
- Lingua inglese	cfu 6
- Letteratura di massa e di consumo	cfu 4
- Comunicazione teatrale	cfu 4
- Politica e politiche culturali	cfu 8

II ANNO

- Semiotica	cfu 8
- Teoria della parola e delle immagini	cfu 8
- Produzione e consumo cinematografico	cfu 6
- Fotografia e nuove tecnologie visuali	cfu 6
- Musica per i media	cfu 8
- Informatica applicata	cfu 5
- Una lingua straniera <i>a scelta tra:</i>	
- Lingua e cultura tedesca	cfu 4
- Lingua e cultura spagnola	cfu 4
- Nozioni giuridiche fondamentali	cfu 8

III ANNO

- Linguaggi settoriali	cfu 8
- Metodologia della ricerca sociale quantitativa	cfu 4
- Metodologia della ricerca sociale qualitativa	cfu 4
- Diritto dell'informazione e della comunicazione	cfu 8
- Psicologia della comunicazione	cfu 8
- Una letteratura <i>a scelta tra:</i>	
- Letteratura spagnola	cfu 4
- Letteratura tedesca	cfu 4
- Informatica	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

ATTIVITÀ SEMINARIALI (crediti 2)

I anno

- Economia della cultura
- Storia sociale della comunicazione
- Comunicazione dell'industria culturale

LABORATORI (crediti 3)

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

Laboratori attivati:

- Laboratorio di comunicazione musicale 1
- Laboratorio di culture ispaniche
- Laboratorio di geopolitica
- Laboratorio di linguaggio cinematografico
- Laboratorio di fonti multimediali per la storia
- Laboratorio di scrittura per la comunicazione
- Laboratorio di redazione di tesi di laurea
- Laboratorio di sonorizzazione applicata
- Laboratorio dei linguaggi settoriali
- Laboratorio di applicazioni linguistiche
- Laboratorio di marketing territoriale
- Laboratorio sulla gestione dei conflitti interpersonali e lavorativi
- Laboratorio di tecniche per la ricerca e la diffusione di informazioni sul web
- Laboratorio di analisi del dialogo
- Laboratorio di management, marketing e comunicazione del vino
- Laboratorio di analisi di testi verbali e non verbali in lingua tedesca- Livello base

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:

- Linguaggio grafico e multimediale (cfu 8) e relativo seminario (cfu 2),
- Realizzazione di documentari (cfu 4)
- Tecnologie comunicative e media education (cfu 8)
- Semiotica applicata (cfu 6)