

Regolamento del Corso di Studio
“Comunicazione Innovativa, Multimediale E Digitale”
Classe L-20

Art. 1 – Oggetto

Il presente regolamento, in conformità con i principi e le disposizioni dello Statuto e del Regolamento Didattico di Ateneo dell’Università Telematica degli Studi IUL (di seguito, Ateneo) disciplina le finalità, l’organizzazione, il funzionamento del Corso di Laurea Triennale in “Comunicazione innovativa, multimediale e digitale” (di seguito, Corso di studio o CdS).

Art. 2. – Finalità del corso

1. Il Corso di studio rilascia il titolo di Dottore in Scienze della Comunicazione.
2. Il Corso di studio, accogliendo gli obiettivi qualificanti la classe L-20 persegue l’obiettivo generale di formare laureati in possesso di un’adeguata padronanza delle basi scientifiche e dei concetti essenziali delle discipline umane e sociali connesse ad una specifica competenza nell’area della comunicazione, dei media, delle tecnologie e delle culture digitali, dei sistemi di informazione e dell’industria culturale. Il percorso formativo costituisce la base per accedere alle lauree magistrali che preparano professionalità nel campo del giornalismo, dell’industria culturale e della comunicazione digitale, dell’educazione digitale e della ricerca applicata ai media. Elementi distintivi della formazione prevista sono: una solida preparazione di base nel campo delle scienze della comunicazione con particolare riferimento alle modalità di analisi dei fenomeni e dei processi comunicativi, siano essi riconducibili alla sfera individuale sia a quella collettiva; una conoscenza adeguata della lingua italiana nelle sue forme espressive sia orali che scritte e il possesso in forma fluente di conoscenze e competenze almeno in un’altra lingua della Comunità Europea; capacità di comprendere ed applicare conoscenze relative alle tecnologie informatiche e medialità con particolare riferimento alla progettazione e l’elaborazione di attività a specifico contenuto informatico, la conoscenza adeguata del settore tecnologico applicato all’educazione generale e speciale, nonché l’adozione di nuove tecnologie della comunicazione visuale e multimediale sia nel campo giornalistico-televisivo, sia in quello culturale e di nuove forme di espressione. Il percorso formativo comprende tutti i settori delle scienze della comunicazione con una particolare rilevanza riservata ai temi specifici delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione, con attenzione ad aspetti teorici, metodologici ed applicativi.

Art. 3 – Organi del Corso di studio

1. Sono organi del CdS: a) il Consiglio del Corso di studio; b) il Presidente del Corso di studio.
2. Il Consiglio del CdS è composto da tutti i docenti incaricati dell’insegnamento in almeno uno dei settori scientifico-disciplinari presenti nell’ordinamento didattico, da una rappresentanza degli studenti iscritti al Corso (due), eletta in conformità a quanto disposto dal Regolamento didattico di Ateneo. Su invito del Presidente, possono partecipare alle sedute del Consiglio del Corso di studio, senza diritto di voto, i tutor disciplinari. Possono altresì essere invitati a partecipare esperti disciplinari e professionisti di altre competenze, in relazione a specifici punti dell’O.d.G. di singole convocazioni del Consiglio. Il Consiglio di Corso di studio è convocato secondo le modalità previste dallo Statuto e dal Regolamento Didattico di Ateneo.
3. Per la validità delle sedute del Consiglio è richiesta la presenza della maggioranza dei convocati con diritto di voto, detratti gli assenti giustificati.
4. In casi di urgenza, peculiari esigenze collegiali o sopravvenuti impedimenti nella convocazione del Consiglio in presenza, o quando si debbano definire le modalità applicative di determinazioni generali adottate dal Consiglio stesso, il Presidente può procedere alla convocazione di una seduta del Consiglio in via telematica, nel rispetto delle norme vigenti in materia di gestione di Organi universitari. Per il corretto svolgimento della seduta telematica, la convocazione deve indicare con precisione l’oggetto

della decisione che dovrà essere adottata dal Consiglio, l'intervallo di tempo entro il quale i singoli componenti possono formulare la propria opinione ed esprimere il proprio voto, e il termine, comunque non superiore ai tre giorni successivi a quello fissato per la chiusura della seduta, entro il quale, sempre per via telematica, il Presidente dovrà riferire ai componenti del Consiglio gli esiti della consultazione.

5. Il Consiglio del Corso di studio esercita le attribuzioni previste dallo Statuto, dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalla restante normativa vigente. Presenta proposte al Consiglio di Facoltà o ad Organi di Governo ad esso equivalenti, su ogni materia di specifico interesse del Corso di studio, tra cui, in particolare: l'organizzazione dei corsi, l'orientamento e il tutorato, la distribuzione dei carichi didattici tra i docenti afferenti al Consiglio del Corso di studio, l'attribuzione di incarichi di insegnamento. Esercita i compiti ad esso delegati in materia di didattica dal Consiglio di Facoltà o da Organi di Governo, nel rispetto dei criteri stabiliti dagli stessi per l'esercizio della delega e coerentemente con il coordinamento e il controllo svolti dal Consiglio di Facoltà o da Organi di Governo. Il Consiglio di Corso di studio può deliberare l'istituzione di commissioni con funzioni istruttorie, per materie e obiettivi specifici. La composizione e le competenze da attribuire alle commissioni sono previste nella delibera istitutiva.
6. Il Presidente del CdS è nominato per un triennio tra i professori di ruolo e non di ruolo incaricati di almeno un insegnamento in un settore scientifico-disciplinare presente nell'ordinamento didattico ed è rinnovabile consecutivamente una sola volta. Il Presidente è nominato dal Consiglio di Amministrazione, su proposta del Senato Accademico.
7. Il Presidente del Corso di studio rappresenta il Corso di studio, convoca e presiede il Consiglio del Corso di studio, dà seguito alle sue deliberazioni. Esercita tutte le altre attribuzioni previste dalla normativa vigente; ha la responsabilità e il coordinamento degli adempimenti previsti dal sistema di autovalutazione dell'università.

Art. 4 – Diritti e doveri degli studenti

Gli studenti hanno diritto a un'organizzazione e a una qualità delle attività formative adeguate alla natura e agli obiettivi formativi del Corso di studio. Esercitano i diritti che vengono loro riconosciuti dallo Statuto, dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalla restante normativa vigente. Sono parte attiva del CdS e sono tenuti a osservare un comportamento responsabile all'interno delle strutture, dei laboratori e negli spazi comuni di uso del Corso di Studi; sono altresì tenuti ad osservare un comportamento responsabile nell'ambito dell'attività didattica svolta in modalità telematica, in particolare per la componente di didattica interattiva. Hanno diritto di riunirsi periodicamente in assemblea, nel rispetto di quanto indicato nel Regolamento Generale di Ateneo. Gli studenti, anche attraverso le loro rappresentanze, hanno diritto a formulare opinioni e ad esprimere istanze sulla qualità del Corso di studio e dei suoi insegnamenti.

Art. 5 – Studenti con Disabilità e Disturbi specifici dell'apprendimento

L'Ufficio studenti con disabilità e con disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) ha l'obiettivo di garantire il diritto allo studio, all'uguaglianza, all'integrazione sociale e fornire un supporto agli studenti iscritti con disabilità e DSA fino al conseguimento della Laurea. Pertanto, gli studenti/le studentesse che possiedono una certificazione di disabilità o di DSA possono rivolgersi al suddetto Ufficio per ottenere un supporto in tutte le fasi del loro percorso di studi (immatricolazione/frequenza ai corsi/superamento esami/prova finale).

Art. 6 – Requisiti di ammissione

1. L'iscrizione al corso di studi richiede il possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo conseguito all'estero e riconosciuto in Italia. Per l'ammissione al Corso di Laurea gli studenti devono possedere sufficienti conoscenze e competenze in grado di garantire la cultura di base, con particolare riguardo alle discipline delle aree linguistico/letterario/artistico, socio/storico/filosofico, scientifico.
2. Le conoscenze e le competenze richieste per l'immatricolazione vengono verificate attraverso un test di ingresso non vincolante; in caso di esito negativo, allo studente immatricolato verranno assegnati precisi Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA). La prova di accesso consiste in un test erogato on-line sulla piattaforma Gomp, piattaforma utilizzata dall'Ateneo per la gestione degli ordinamenti, manifesti e

programmazioni didattiche dei CdS. Il test è costituito da 30 domande chiuse a risposta multipla sugli argomenti suddivisi in tre sezioni:

- I sezione - 10 domande sulla “Comunicazione e Cultura Generale”;
- II sezione - 10 domande sul “Lessico, sintassi, grammatica, logica e comprensione del testo”;
- III sezione - 10 domande sui “Linguaggi medialti”.

La verifica di tali competenze risulterà superata con 18 risposte corrette; nel caso in cui lo studente totalizzi un punteggio inferiore a 18, sarà possibile comunque immatricolarsi, ma sarà necessario svolgere attività didattiche supplementari, denominate Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA), nel primo anno di corso. Successivamente al corso OFA, da frequentare all’interno della piattaforma e-learning dell’Ateneo, lo studente dovrà svolgere il quiz finale, volto alla dimostrazione del superamento della carenza formativa in ingresso. Il quiz viene svolto nella piattaforma e-learning, secondo le istruzioni fornite dalla Segreteria didattica, che al superamento dello stesso riporterà il relativo risultato all’interno della carriera dello studente.

3. L’iscrizione al CdS si intende perfezionata e produttiva di effetti una volta terminata la procedura di iscrizione Gomp, secondo le modalità previste nel vigente Manifesto degli Studi.

Art. 7 – Orientamento e tutorato

1. I componenti del Consiglio del CdS, in collaborazione con altri interlocutori dell’Ateneo, svolgono attività di orientamento presso gli istituti secondari superiori, presso enti ed istituzioni di altra natura, in contesti promozionali e divulgativi (fiere e eventi scientifici) con l’obiettivo di diffondere le notizie utili sull’Offerta formativa del Corso di studio e di agevolare gli studenti nella scelta del percorso universitario - orientamento in ingresso.
2. Il tutorato è un’attività che ha l’obiettivo di assistere lo studente lungo tutto il suo percorso di studio, incentivare la sua partecipazione attiva alla vita accademica, promuovere la frequenza dei corsi e agevolare il conseguimento della laurea nei modi e nei tempi previsti dagli obiettivi formativi del Corso di studio. Tale attività viene svolta dai tutor disciplinari (uno per ogni insegnamento) e dal tutor di percorso (uno per ogni CdS) - orientamento in itinere.
3. Le modalità delle attività di orientamento e tutorato sono definite dal Regolamento Didattico di Ateneo.
4. Il Consiglio di corso di studio può disporre, ove necessario, specifiche misure di supporto allo studio per studenti a tempo parziale, studenti con disabilità o disturbi specifici dell’apprendimento (DSA).

Art. 8 – Organizzazione delle attività didattiche

1. Le attività didattiche si svolgono secondo quanto stabilito nei Regolamenti di Ateneo e dalle normative vigenti.
2. Il CdS ha durata triennale, è organizzato in semestri e si intende completato quando lo studente abbia acquisito 180 crediti formativi universitari (di seguito, CFU). Alla formazione di questi crediti concorrono gli esami curricolari, le altre attività formative e la prova finale. L’insieme di queste attività didattiche è definito, secondo modalità stabilite dal Regolamento Didattico di Ateneo (Art. 18) e dal Consiglio di CdS, nei piani di studio proposti nell’Offerta formativa e contenuti nell’appendice al presente Regolamento. L’Ateneo definisce il rapporto fra ore di didattica e ore di studio individuale dello studente, corrispondenti a 6 ore complessive fra di didattica (DE - Didattica Erogativa e DI - Didattica Interattiva) e 19 ore di autoapprendimento nell’ambito delle 25 ore che corrispondono a 1 Credito Formativo Universitario (CFU), come previsto dalla normativa vigente.
3. I crediti formativi universitari acquisiti nell’ambito di altri corsi in Classe L-20 o nell’ambito di altri corsi di classe diversa sono riconosciuti dalla Commissione preposta secondo i criteri contenuti nel documento denominato “Criteri riconoscimento CFU” di Ateneo. Nel caso di trasferimenti o passaggi di corso di Laurea, il riconoscimento di CFU acquisiti dallo studente in altro CdS dell’Ateneo, ovvero nello stesso o in altro corso di studi di altra Università, anche estera, la Commissione valuta l’effettivo raggiungimento degli obiettivi formativi qualificanti richiesti dall’ordinamento e indica a quale anno di corso lo studente

deve iscriversi. In ogni caso lo studente trasferito da altra sede deve conseguire presso codesto Ateneo il numero minimo di CFU comunicati in sede di ingresso esclusa la prova finale.

4. Il CdS può riconoscere fino a 12 CFU (Rif. Legge n. 240/2010, Art. 14, comma 1 - Disciplina di riconoscimento dei crediti) di fronte alle competenze acquisite al di fuori dell'Università nei seguenti casi: quando si tratti di conoscenze e abilità professionali certificate ai sensi della normativa vigente in materia; quando si tratti di conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario alla cui realizzazione e progettazione abbia concorso un'università. La richiesta di riconoscimento sarà valutata dalla Commissione tenendo conto delle indicazioni degli Organi accademici preposti e del numero massimo di crediti riconoscibili fissato dalla vigente normativa. Il riconoscimento potrà avvenire qualora le attività siano coerenti con gli obiettivi formativi specifici del CdS, visti anche il contenuto e la durata in ore delle esperienze documentate.
5. La frequenza ai corsi erogati in modalità telematica sincrona non è obbligatoria, ma è fortemente consigliata.
6. Il piano di studi del CdS prevede esami obbligatori ed esami a scelta dello studente, secondo una distribuzione di CFU indicata nel piano di studi.
7. In relazione alla verifica delle competenze linguistiche in lingua straniera, così come previste dall'Ordinamento didattico del CdS, lo studente è tenuto a fare riferimento all'insegnamento previsto ed erogato sulla piattaforma di Ateneo; in alternativa e ai fini del riconoscimento di certificazioni linguistiche esterne all'Ateneo e già conseguite, lo studente potrà richiedere il riconoscimento di una certificazione, come specificato nel documento "Criteri per il riconoscimento CFU" dell'Ateneo.
8. Come esami a scelta lo studente può optare per uno degli insegnamenti (non attività laboratoriali) attivati in altri CdS triennali dell'Ateneo.
9. Il CdS, senza limitazione alcuna, ammette la frequenza ai singoli corsi presenti nell'Offerta Formativa anche a coloro che non risultino immatricolati presso l'Ateneo, ma che ne facciano richiesta per motivi di aggiornamento culturale e professionale. L'iscrizione a corsi singoli va effettuata secondo i termini determinati dell'Ateneo.
10. L'organizzazione delle attività didattiche è improntata ai principi di efficienza e buona amministrazione.

Art. 9 – Esami e modalità di verifica

1. Gli esami si svolgono secondo le modalità stabilite dal Regolamento Didattico di Ateneo (Art.19) e secondo il calendario definito dagli Organi competenti.
2. Le studentesse e gli studenti possono sostenere gli esami delle materie previste dal piano degli studi, per le quali si sia concluso l'insegnamento, oltre che gli esami degli anni precedenti a quello al quale sono iscritti. Agli studenti immatricolati al primo anno del Corso di studio è data facoltà di accesso a corsi ed esami esclusivamente a partire dall'A.A. in cui l'immatricolazione è avvenuta. Gli iscritti a corsi singoli possono sostenere esami anche nella prima sessione dell'anno accademico in corso, come non frequentanti, eventualmente concordando il programma con il titolare dell'insegnamento. I crediti corrispondenti a tali esami sono riconosciuti nel momento in cui lo studente presenta domanda di iscrizione e determinano l'abbreviazione del percorso di studi.
3. Le studentesse e gli studenti in debito di esami sono tenuti a rivolgersi al nuovo docente titolare dell'insegnamento per accordarsi sul contenuto del programma e sullo svolgimento delle attività previste.
4. Le eventuali propedeuticità tra i vari esami sono stabilite dal Consiglio del Corso di studio.
5. Le prove d'esame di profitto e finale sono regolamentate dal Regolamento Didattico di Ateneo e dal Modello formativo IUL. Lo studente ha la facoltà di richiedere con idonea motivazione l'annullamento del voto dell'esame di profitto nel rispetto dei limiti temporali comunicati dalla Segreteria di Ateneo.
6. I docenti possono prevedere lo svolgimento di verifiche intermedie non vincolanti ai fini della valutazione finale o, anche, di prove di esonero il cui superamento riduca parte dei contenuti previsti dal programma

e dia luogo a una valutazione che incide sulla valutazione finale in sede d'esame. Il docente che decida di avvalersi di verifiche o prove intermedie dovrà curare che queste si svolgano in modo tale da non condizionare il regolare svolgimento di altre attività didattiche previste dal CdS. Le prove intermedie di esonero parziale per i contenuti dell'esame finale dovranno svolgersi secondo le modalità previste per le sessioni d'esame di cui all'Art. 21 del Regolamento Didattico di Ateneo.

7. Lo studente può rinunciare a completare l'esame sia durante una prova orale, sia durante una prova scritta o pratica. In tal caso l'esame sarà registrato come "ritirato", e lo studente potrà ripetere la prova d'esame in un appello successivo. La valutazione delle prove d'esame è in trentesimi; la votazione minima per superare l'esame è 18/30; l'esame che ottiene una valutazione inferiore ai 18/30 sarà registrato dal docente come "insufficiente" e lo studente che abbia ricevuto tale valutazione potrà sostenere l'esame solo a partire dalla sessione successiva.

Art. 10 – Altre attività formative

1. Le altre attività formative (42 cfu) sono costituite da: prova finale, ulteriori conoscenze linguistiche, abilità informatiche e telematiche, altre conoscenze utili per il mondo del lavoro. Tali attività sono disciplinate dal Consiglio del CdS e da organi accademici preposti. I relativi CFU rilasciati fanno parte dei 180 crediti necessari alla conclusione del CdS.
2. Il Consiglio di Corso di studio può riconoscere come attività formative anche eventuali altre attività, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di studio.
3. Possono essere riconosciute come altre attività formative anche attività professionali e formative esterne all'Ateneo, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di studio e utili a fornire conoscenze ulteriori rispetto agli esami previsti dal piano di studi. L'eventuale riconoscimento è sempre successivo rispetto all'esperienza svolta, chiude un procedimento avviato da una richiesta adeguatamente documentata dello studente e dà luogo all'acquisizione di un massimo di 12 crediti formativi universitari.
4. Sono previste altre attività didattiche integrative finalizzate al miglioramento qualitativo della didattica e all'inserimento nel mondo del lavoro, secondo quanto disposto dall'Art. 23 comma 1. del Regolamento didattico di Ateneo.

Art. 11 – Prova finale e conseguimento del titolo

1. La prova finale è volta ad accertare il raggiungimento degli obiettivi formativi qualificanti del Corso di Studio e deve vertere su un argomento, anche di natura interdisciplinare, coerente con gli ambiti oggetto di studio del Corso di studio.
2. La prova finale consiste in un elaborato scritto (tesi di laurea), presentato e discusso oralmente davanti a una Commissione di cui può far parte il docente relatore di tesi. La tesi potrà essere richiesta e assegnata dopo che lo studente avrà superato tutti gli esami previsti nel secondo anno del Corso di studio e nell'ambito dei settori disciplinari in cui dimostra adeguate conoscenze e competenze. Il Regolamento tesi di laurea vigente per il Corso di studio determina e stabilisce i termini procedurali per l'elaborazione e la presentazione del lavoro di tesi finale.
3. L'estensione e le caratteristiche formali dell'elaborato scritto, così come le modalità della richiesta della tesi e quelle della discussione, sono determinate dal Regolamento Didattico di Ateneo, dal Regolamento tesi e dal Consiglio di Corso di studio.
4. La composizione della Commissione, lo svolgimento della prova finale e le modalità della valutazione conclusiva si adeguano alle indicazioni del Regolamento Didattico di Ateneo e della restante normativa vigente. Il Consiglio di Corso di studio, nel rispetto di tali indicazioni, può introdurre nelle forme della prova finale e nella valutazione conclusiva caratteristiche e modalità ritenute coerenti con gli obiettivi formativi qualificanti del Corso di studio.

Art. 12 – Mobilità internazionale

1. Il Corso di studio sostiene e incoraggia la mobilità virtuale internazionale degli studenti nel quadro

dell'attività di Virtual Mobility promossa dall'Ateneo.

2. Il Corso di studio, coordinandosi con gli Organi di Ateneo competenti, mette le proprie risorse organizzative e didattiche a disposizione di docenti e studenti ospiti nel contesto di programmi di mobilità internazionale.
3. Lo studente che partecipa a programmi di mobilità internazionale potrà richiedere al Consiglio di Corso di studio il riconoscimento dei crediti ottenuti all'estero presentando la documentazione necessaria in conformità al Regolamento di Ateneo che disciplina la mobilità degli studenti.

Art. 13 – Trasferimenti, studenti fuori corso

I trasferimenti da e verso altri Atenei, nonché la rinuncia agli studi, sono normati dal Manifesto degli Studi vigente, pubblicato sul sito istituzionale.

Art. 14 – Assicurazione della Qualità e rappresentanza studentesca

Il ruolo attivo è assegnato agli studenti attraverso la partecipazione dei rappresentanti degli studenti a tutti gli organi preposti all'Assicurazione della Qualità (AQ) ovvero:

- a. Gruppo di Gestione Qualità (GGQ) dei CdS: un rappresentante per il CdS;
- b. Commissione Paritetica Docenti-Studenti: un rappresentante per il CdS;
- c. Presidio di Qualità (PQA): un rappresentante per il CdS.

Gli stessi rappresentanti sono convocati alle periodiche riunioni dei Consigli dei CdS, in cui vengono chiamati ad esprimere il proprio parere sull'andamento della didattica e a segnalare le eventuali criticità didattiche e/o organizzative. Al di là delle riunioni, al fine di attenzionare la voce degli studenti, è possibile contattare la segreteria didattica o il tutor di percorso in caso di particolari problemi che richiedono una rapida soluzione; laddove necessario viene interpellato il docente/tutor disciplinare in questione, oppure lo stesso Presidente del CdS.

La durata del mandato degli studenti rappresentanti negli organi AQ è determinata dalla durata della loro carriera universitaria: all'avvenuto conseguimento del titolo vengono riaperte le elezioni degli studenti per la copertura del posto vacante. Le elezioni vengono seguite e coordinate dalla segreteria didattica nel rispetto del "Regolamento per l'elezione delle rappresentanze studentesche".

In caso di inadempienza da parte dello studente rappresentante (irregolare posizione amministrativa prolungata oppure ripetute assenze alle sedute), gli organi preposti potranno deliberare di procedere con la sostituzione del rappresentante nell'organo di riferimento con l'apertura delle nuove elezioni.

Art. 15 – La Terza Missione

Il Corso di Studi promuove ed interviene nelle azioni di Terza Missione attraverso le quali l'Università attiva processi di interazione diretta con la società civile e il tessuto culturale e produttivo, con l'obiettivo di promuovere la crescita culturale, economica e sociale del territorio.

Art. 16 – Norme finali e modifiche al regolamento

1. Per quanto non disciplinato dal presente Regolamento si rinvia allo Statuto e ai Regolamenti dell'Università Telematica degli Studi IUL, oltre che alla normativa vigente.
2. Il presente Regolamento produce effetti dalla relativa approvazione del Consiglio di Amministrazione.

APPENDICE DEL REGOLAMENTO

Obiettivi formativi qualificanti della classe: L-20 Scienze della comunicazione.

I laureati nei corsi di laurea della classe devono:

- possedere competenze di base e abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione ed essere in grado di svolgere compiti professionali nei media, nella pubblica amministrazione, nei diversi apparati dell'industria culturale e nel settore aziendale, dei servizi e dei consumi;
- possedere le competenze di base della comunicazione e dell'informazione, comprese quelle relative alle nuove tecnologie, e le abilità necessarie allo svolgimento di attività di comunicazione e di relazione con il pubblico in aziende private, negli enti pubblici e del non profit;
- possedere le abilità necessarie per attività redazionali nei diversi settori dei media e negli enti pubblici e privati;
- essere in grado di utilizzare, in forma scritta e orale, due lingue straniere di cui almeno una dell'Unione Europea e acquisire competenze per l'uso efficace della lingua italiana;
- possedere le abilità di base necessarie alla produzione di testi informativi e comunicativi per i diversi settori industriali e ambiti culturali ed editoriali.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, in qualità di addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, di esperti della multimedialità, di istruzione a distanza, di professionisti nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di laurea della classe:

- comprendono attività finalizzate all'acquisizione delle conoscenze di base nei vari campi delle scienze della comunicazione e dell'informazione, nonché dei metodi propri della ricerca sui consumi, sui media e sui pubblici;
- possono prevedere attività di laboratorio e/o attività esterne (ad esempio tirocini formativi presso aziende e enti, stages e soggiorni anche presso altre Università italiane e straniere, nel quadro di accordi nazionali e internazionali).

Il percorso formativo di base risulta coerente con le lauree magistrali che preparano professionalità nelle quali la comunicazione assume un ruolo decisivo nelle pratiche operative: dal giornalismo ai sistemi editoriali, dalla comunicazione pubblica e d'impresa alla pubblicità, dalla teoria della comunicazione alle aree critiche della società dell'informazione. Il Corso di studio prepara laureati in possesso di un'adeguata padronanza delle basi scientifiche e dei concetti essenziali delle discipline umane e sociali connesse ad una specifica competenza nell'area della comunicazione, dei media, delle tecnologie e delle culture digitali, dei sistemi di informazione e dell'industria culturale. Il percorso formativo costituisce la base per accedere alle lauree magistrali che preparano professionalità nel campo del giornalismo, dell'industria culturale e della comunicazione digitale, dell'educazione digitale e della ricerca applicata ai media.

Per ottenere tali obiettivi, il percorso formativo del Corso include:

- insegnamenti di base, per un totale di 54 CFU, di cui 30 nell'ambito delle Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche e 24 nell'ambito delle Discipline sociali e mediologiche;
- insegnamenti caratterizzanti, per un totale di 66 CFU, di cui 24 nell'ambito delle Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione e 36 nell'ambito delle Scienze umane ed economico-sociali e 6 nell'ambito delle Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche.

Sono previsti anche 18 CFU per insegnamenti affini e integrativi, utili ad acquisire competenze specifiche in ambito filosofico, sociologico, economico, giuridico, pedagogico e della didattica inclusiva.

Sono inoltre previsti nel percorso formativo 42 CFU di Altre attività: di cui 3 CFU per la prova finale, 6 CFU per ulteriori conoscenze linguistiche, 6 CFU per abilità informatiche e telematiche e 9 CFU per conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro.

La quota di impegno relativa allo studio individuale è definita dal Regolamento didattico del corso di studio.

Primo anno

Primo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
15999 - Psicologia Sociale Della Comunicazione Interculturale	B	50091	M-PSI/05	9	54	AP	ITA
16380 - Laboratorio informatico L-20	F	10844		6	36	AP	ITA
16001 - Comunicazione Verbale E Linguaggi Dei Media	A	50088	L-LIN/01	6	36	AP	ITA

Secondo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
16008 - Storia Politica Sociale E Culturale Dell'età Contemporanea	B	50090	M-STO/04	6	36	AP	ITA
16000 - Informatica E Tecnologie Della Comunicazione Digitale	A	50088	INF/01	9	54	AP	ITA
15996 - Teorie Della Comunicazione E Dei Media Digitali	A	50089	SPS/08	9	54	AP	ITA
15997 - Fondamenti Di Scienze Sociali	A	50089	SPS/07	9	54	AP	ITA
16002 - Laboratorio Di Lingua Inglese	F	10495		6	36	AP	ITA

Secondo anno

Primo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
15998 - Tecnologie Della Comunicazione Per Il Web	A	50088	ING-INF/05	6	36	AP	ITA
16010 - Nuovi Media Nei Contesti Di Apprendimento	B	50091	M-PED/04	9	54	AP	ITA
16007 - Laboratorio Di Tecniche E Linguaggi Del Giornalismo	F	10846		9	54	AP	ITA

Secondo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
16014 - Metodi Di Ricerca Per La Comunicazione	B	50087	SPS/08	9	54	AP	ITA
16003 - Sociologia Degli Ecosistemi	B	50091	SPS/10	6	36	AP	ITA
16005 - Estetica Dei Linguaggi Audiovisivi	B	50087	L-ART/06	9	54	AP	ITA
16006 - Fondamenti Di Economia Politica	A	50089	SECS-P/01	6	36	AP	ITA

Terzo anno

Primo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
16004 - Tecniche E Strategie Di Comunicazione Per Il Marketing	B	50087	SECS-P/08	6	36	AP	ITA
16013 - Strumenti Di Comunicazione Per L'elearning	B	50091	M-PED/03	6	36	AP	ITA
16015 - Strumenti Di Valutazione Dell'impatto Di Beni E Servizi	B	50091	SECS-S/01	6	36	AP	ITA

Secondo semestre

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
16012 - Semiotica Del Branding E Della Pubblicità	A	50088	M-FIL/05	9	54	AP	ITA
16087 - A scelta dello studente *	D	10492		9	54	AP	ITA
16086 - A scelta dello studente *	D	10492		9	54	AP	ITA

Denominazione	Att. Form.	Amb. Disc.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
15813 - Prova finale	E	10493		3	18	AP	ITA

*NB: gli esami a scelta possono essere selezionati tra tutti gli insegnamenti attivati all'interno dei CdS triennali dell'Ateneo

Legenda

Tip. Att. (Tipo di attestato): **AP** (Attestazione di profitto), **AF** (Attestazione di frequenza), **I** (Idoneità)

Att. Form. (Attività formativa): **A** Attività formative di base **B** Attività formative caratterizzanti **C** Attività formative affini ed integrative **D** Attività formative a scelta dello studente (art.10, comma 5, lettera a) **E** Per la prova finale e la lingua straniera (art.10, comma 5, lettera c) **F** Ulteriori attività formative (art.10, comma 5, lettera d) **R** Affini e ambito di sede classe LMG/01 **S** Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali (art.10, comma 5, lettera e)

Amb. Disc. (Ambiti Disciplinari): **50088** Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche **50089** Discipline sociali e mediologiche **50087** Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione **50090** Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche **50091** Scienze umane ed economico-sociali **10679** Attività formative affini o integrative **10492** A scelta dello studente **10493** Per la prova finale **10495** Ulteriori conoscenze linguistiche **10844** Abilità informatiche e telematiche **10846** Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro **10953** Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali **10757** Per la conoscenza di almeno una lingua straniera **10845** Tirocini formativi e di orientamento

Obiettivi Formativi a.a. 2023/2024

Comunicazione Verbale e Linguaggi dei Media

Obiettivi formativi: A. Conoscenza e comprensione: abilità documentarie e comunicative sui temi del corso B. Conoscenza e capacità di comprensione: saper osservare e analizzare i fenomeni espressivi e comunicativi dei linguaggi dei media utilizzando i termini e i concetti fondamentali della linguistica. C. Autonomia di giudizio: accrescere la capacità critica di riflettere sui contesti comunicativi pubblici e multimediali. D. Abilità comunicative: Il corso mira, soprattutto nelle sue parti monografiche, a sviluppare abilità di scrittura e gestione nell'ambito divulgativo, giornalistico e pubblicitario sui social network; a sviluppare la capacità di riconoscimento e decostruzione di occorrenze testuali di Hate Speech e Fake News. E. Capacità di apprendimento: Indurre all'analisi della comunicazione dei media, attraverso azioni di documentazione ed analisi di contesti reali. Risultati d'apprendimento previsti: Capacità di analizzare contesti e situazioni comunicative multimediali. Capacità di riflettere, progettare e mettere in opera prodotti editoriali multimediali. Competenze da acquisire: **RISULTATI ATTESI** A. Utilizzo di libri di testo avanzati, conoscenza di alcuni temi d'avanguardia nell'ambito della materia oggetto di studio. B. Approccio professionale al proprio lavoro e possesso di competenze adeguate a concepire argomentazioni, sostenere e risolvere problemi nell'ambito della materia oggetto di studio. Capacità di raccogliere e interpretare dati utili a determinare giudizi autonomi. C. Capacità di comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni ad interlocutori specialisti e non specialisti. D. Capacità di intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia.

(English)

Media linguistics is the linguistic study of language use in the media. It studies the functioning of language in the media sphere, or modern mass communication presented by print, audiovisual, digital, and networked media.

Tecnologie della Comunicazione per il Web

Il corso intende fornire un inquadramento complessivo sull'ampio tema della comunicazione digitale, con un approccio pratico che illustra le dinamiche e i processi di sviluppo che caratterizzano i media digitali. Il corso permette di acquisire strumenti concettuali e la loro relazione con gli strumenti tecnici necessari per interpretare, progettare e gestire processi di comunicazione fondati su tecnologie digitali ed innovative. In particolare, si adotta un approccio pragmatico nella presentazione dei differenti media e delle modalità di utilizzo, dagli anni Novanta ad oggi, tenendo conto dei differenti ambiti di applicazione e della centralità di alcuni aspetti che hanno profondamente trasformato il mondo della comunicazione e, più in generale, il sistema delle relazioni sociali. Con il primo modulo l'obiettivo formativo principale è riconducibile al trasferimento delle principali conoscenze sugli elementi che caratterizzano la comunicazione innovativa e digitale: il sito web, con le differenti implicazioni derivanti dall'adozione delle tecnologie "mobile"; i social media, il digital advertising e l'influencer marketing. Con il secondo modulo, invece, si affrontano i temi emergenti e in fase di sviluppo ed evoluzione, tenendo conto dell'ultima rivoluzione digitale che conduce al WEB 3 e al metaverso, fino agli approfondimenti sulle ultime tendenze relative alle applicazioni AI e alla progressiva diffusione di soluzioni immersive e ai Non Fungible Token.

(English)

The course aims to provide an overall framework on the broad theme of digital communication, with a practical approach that illustrates the dynamics and development processes that characterize digital media. An innovative and unique course that offers a broad overview of digital media and the different methods of adoption: the website, social media, advertising, NFTs, blockchain, augmented reality, the metaverse.

Metodi di Ricerca per la Comunicazione

Il corso si propone di introdurre lo studente ai principali metodi e tecniche di ricerca per la comunicazione fornendo, oltre a un quadro di riferimento teorico e di sviluppo delle principali correnti di pensiero e studio in quest'ambito, anche il costante riferimento alle principali nozioni acquisite durante il 1° anno di frequenza. Scopo del corso è quello di fornire allo studente gli strumenti conoscitivi ed analitici per osservare, leggere, analizzare criticamente, misurare e valutare i fenomeni sociocomunicativi. Lo studente acquisirà progressivamente la capacità di sviluppare una propria progettazione di ricerca, formulando ipotesi e operando scelte consapevoli in merito all'elaborazione del disegno di ricerca, alle strategie e alle tecniche di analisi, agli strumenti di rilevazione, alle metodologie di interpretazione dei dati ottenuti e alla diffusione dei risultati. I Moduli 1 e 2 consentono allo studente di impostare e condurre correttamente il lavoro di indagine e di orientare la scelta degli strumenti in relazione a diverse tipologie di ricerca, fornendo indicazioni circa la loro costruzione e somministrazione. Il Modulo 3 si propone di offrire una panoramica dei principali fenomeni e regole della comunicazione via web e un'introduzione ai metodi digitali nella ricerca sociale, fornendo allo studente gli strumenti per muoversi in questo ambito di indagine.

(English)

The student will be introduced to the main methods and research tools for communication, through a constant reference to theoretical frameworks and studies developed in this area. The modules are structured in order to let the student gradually acquire the ability to develop practical tools for the

analysis, observation, measurement and evaluation of socio-communicative, traditional and digital phenomena. The student will be able to formulate research hypotheses and develop the design of the processes connected to it, making conscious choices regarding the expected tools and products. Practical exercise will be provided in each module thus consolidating specialized knowledge and skills related to the discipline under study.

Psicologia Sociale della Comunicazione Interculturale

Il corso di Psicologia Sociale della Comunicazione Interculturale si pone l'obiettivo di fornire gli strumenti concettuali di base per comprendere la complessità della dinamica comunicazionale e illustrare gli aspetti della comunicazione; di approfondire gli aspetti costitutivi della comunicazione, tradizionalmente identificati nelle riflessioni teoriche e nelle ricerche empiriche; di delineare un confronto tra il sistema di comunicazione verbale e il sistema comunicativo non verbale. Inoltre il corso si propone di introdurre gli studenti agli effetti delle culture e delle lingue sui processi cognitivi e psicolinguistici che sottendono la comunicazione oltre a mettere in evidenza come alcune dimensioni psicologiche (cognitive, relazionali, comportamentali...) siano particolarmente importanti nel lavoro di convivenza tra culture diverse. I diversi temi trattati saranno approfonditi attraverso simulazioni in gruppo del lavoro di ricerca, (identificazione del problema; pianificazione del disegno sperimentale; raccolta dati; analisi e interpretazione dei risultati; divulgazione). Circoscrivendo la domanda teorica e selezionando i metodi più adeguati, si affronteranno (singolarmente, in gruppo e in seminari) temi centrali e attuali della psicologia relativi all'influenza dei processi culturali sull'attività cognitiva e il loro impatto nelle relazioni sociali.

(English)

The Social Psychology of Intercultural Communication course aims to provide the basic conceptual tools to understand the complexity of communicational dynamics and to illustrate the aspects of communication; to deepen the constitutive aspects of communication, traditionally identified in theoretical reflections and empirical research; to outline a comparison between the verbal communication system and the non-verbal communication system. Furthermore, the course aims to introduce students to the effects of cultures and languages on the cognitive and psycholinguistic processes that underlie communication, as well as to highlight how some psychological dimensions (cognitive, relational, behavioral...) are particularly important in the work of coexistence between different cultures. The various topics covered will be explored through simulations in a research group (identification of the problem; planning of the experimental design; data collection; analysis and interpretation of results; dissemination). By circumscribing the theoretical question and selecting the most appropriate methods, we will address (individually, in groups and in seminars) central and current issues in psychology related to the influence of cultural processes on cognitive activity and their impact on social relations.

Tecniche e Strategie di Comunicazione per il Marketing

L'obiettivo che il corso si propone di raggiungere è quello di trasferire una conoscenza specifica circa i fondamenti delle funzioni di Comunicazione e Marketing, alla luce dei nuovi scenari di trasformazione digitale che abilitano nuovi modelli di business, creando enormi opportunità ma anche sostanziali sfide per le organizzazioni, di vario genere e dimensioni. L'approccio del pensiero sistemico consentirà di leggere tali obiettivi all'interno di (ed in coerenza con) la strategia generale dell'organizzazione. In particolare, i due moduli del corso si prefiggono di raggiungere i seguenti obiettivi formativi specifici: Modulo 1: capacità di riconoscere sistemi complessi e dinamici; capacità di modellazione di sistemi complessi e dinamici; capacità di comprendere le dinamiche dei sistemi di mercato e dei fenomeni economici cui il marketing e la comunicazione si riferiscono. Modulo 2: capacità di declinare la Scienza della Comunicazione nei vari processi di Vendita abilitati attraverso il Marketing; acquisizione di tecniche di scrittura pubblicitaria; valutazione degli impatti delle strategie di marketing e delle tecniche di comunicazione sulle dinamiche competitive di mercato.

(English)

The objective of the course is to transfer specific knowledge about the fundamentals of the Communication and Marketing functions, in the light of the new digital transformation scenarios that enable new business models, hence creating great opportunities but also substantial challenges for organizations of various types and sizes. The course intends to go beyond the traditional marketing models, by starting from the 5Ps i.e. Product, Price, Place, People, Promotion mainly in order to understand the current competitive dynamics taking place in the markets and to define appropriate marketing strategies. Indeed, branding strategies and omnichannel consumer relations are multiplying the opportunities for interaction by stimulating an increasingly granular knowledge of the market and consumer trends. Under this perspective, the course is dedicated to understanding commercial communication in the face of changes in people's behavior and under the prism of new forms of media communication. Particular attention will be paid to a form of advertising communication called "copywriting", also referred to as the 'machine language' of marketing. On a methodological level, the student will learn to use a methodology (System Dynamics) that is very important in evaluating the impacts of communication and marketing techniques and strategies. In fact, the possibility of making use of dynamic models and techniques for representing and sharing mental models will allow the student to better express solutions to problems that he has correctly identified, thus favoring the understanding of problems and related solutions to his interlocutors.

Storia Politica Sociale e Culturale dell'Età Contemporanea

Il Corso intende offrire i lineamenti di base di una storia dei mezzi di comunicazione dalle origini a oggi, favorendo la comprensione del ruolo affatto centrale dei mass media nelle dinamiche della storia sociale. In particolare, affronterà l'interazione reciproca tra i media e le vicende politico-culturali delle società occidentali nell'età contemporanea, ponendo come asse tematica centrale quella del rapporto tra i media e l'opinione pubblica, tra i media e la cultura di massa, tra la formazione di un discorso comune in seno all'opinione pubblica e la costruzione di nuove e sempre diverse strategie comunicative. Saranno così offerti idonei strumenti di orientamento e di apprendimento per la comprensione dei processi che determinano la comunicazione nella società contemporanea, considerando il ruolo della stampa, della radio, del cinema, della televisione e dei media digitali, nell'ambito delle grandi trasformazioni che hanno caratterizzato il Novecento e investito gli esordi del XXI secolo.

(English)

The objective of the course is to provide an understanding of the role of the planning and control process within business organizations. The course emphasizes the use of management accounting information for internal planning and control purposes. To this aim, the strategic planning process will be examined and the programming and control system (actors involved, type of control and organizational implications) will be introduced along with its most important tools: cost accounting and budgeting.

Estetica dei Linguaggi Audiovisivi

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di: discernere quali effetti possono riconnettersi all'uso delle tre principali forme mediatiche che hanno plasmato il rapporto del soggetto con l'immagine a partire dall'inizio del Novecento sino a oggi: immagine fotografica, immagine in movimento (video), riproduzione sonora e immagine digitale ad alta definizione); essere consapevole del sostrato multimediale che costituisce la cultura visuale di un'epoca e specialmente la nostra; valutare il valore delle immagini, metterà in gioco capacità di estrapolazione del senso e porrà una distanza critica per affrontare in modo creativo e costruttivo la pletora di mezzi audiovisivi attualmente a disposizione per rafforzare la coscienza del proprio tempo, mettendo a fuoco alcuni aspetti del linguaggio umano (la facoltà di generare immagini, di ascoltare/recepire e di ritagliare/raccogliere per legare in nuovi nessi significativi).

(English)

The three teaching modules, into which the course is divided, are based on three fundamental aspects: Module 1 – The impact of new media (photography, cinema, audio, digital image) in the reconfiguration of the relationship between subject and image How photography and the technical reproducibility of the image change the relationship with the work of art and its aura; moving image: montage, and meaning produced by montage; discrete images in the continuum of movement; digital image and alteration of the visual (optical) primacy with the emergence of the tactile (haptic) primacy, decisive for the fruition, alteration, manipulation of the image. Module 2 – Concept of visual culture historical roots of the concept of visual culture; alternatives in visual culture: historicity of the image processing faculty or historical evolution of perception? Ervin Panofsky and Walter Benjamin in comparison; social background and immersion in craft production, in the images of everyday life as a substratum of visual culture. Module 3 – Relationship between image and word western roots of a non-coincidence: relationship between mythos and logos; concept of ekphrasis in the fruition of the image; aporias of immersion between images and their fragmentary dimension; foothold in the human faculty of reduction to unity.

Diritto e Proprietà Intellettuale nella Società dell'Informazione

Il corso ha come obiettivo di formare negli studenti competenze di base, sotto il profilo giuridico, in materia di proprietà intellettuale nell'attuale sistema economico e sociale. Tale conoscenza consente loro di avere una visione della realtà attuale volta alla valorizzazione dell'innovazione e della "idea" come valore oggetto di protezione normativa. Le competenze apprese sono dirette a permettere l'analisi di casi pratici, di valutare e comprendere i principali istituti della proprietà intellettuale. Al termine dell'insegnamento gli studenti dovranno dimostrare di: usare in modo rigoroso il linguaggio giuridico con riferimento alla disciplina oggetto di studio; avere conoscenza delle nozioni fondamentali; comprendere i problemi connessi al tema della proprietà intellettuale e della concorrenza; saper applicare le nozioni acquisite; valutare in modo critico le norme.

(English)

The objective of the teaching is to provide the basic notions and skills to be able to understand the phenomenon of intellectual property, from a legal point of view and with constant reference to the new communication mechanisms in the competitive market. The topics covered will be illustrated at an institutional level, taking into account the innovations in case law and the reflection of Community law.

Fondamenti di Scienze Sociali

Il corso si pone l'obiettivo di: formare lo studente al ragionamento sociologico, osservare la società con la lente dell'immaginazione sociologica, permettendo di comprendere le logiche sottese ai fenomeni sociali e politici e di sviluppare autonomia critica e teorica rispetto agli stessi; consolidare conoscenze specialistiche – teoriche ed empiriche – sulle dimensioni fondamentali della vita sociale attraverso i concetti e le terminologie delle scienze

sociali; sviluppare capacità di lettura critica di un argomento sociologico; far sviluppare allo studente gli strumenti pratici e teorici per raggiungere un grado di riflessività e domanda sociologica adeguata a comprendere il sé sociale, i gruppi di riferimento, il nesso tra interazione e struttura sociale soprattutto nell'era digitale.

(English)

The main purpose of the course is to provide an introduction to the nature of the social world and to the critical and scientific understanding of its main phenomena and processes. The course is structured in three modules regarding 1) theorizing and key general concepts in the social sciences, 2) institutions I (culture, power, market, social classes, race and migration); 3) institutions II (gender and sexuality, family, religion and spirituality, crime and deviance, globalization).

Laboratorio di Tecniche e Linguaggi del Giornalismo

A. Conoscenza e comprensione: abilità documentarie e comunicative sui temi del corso. B. Conoscenza e capacità di comprensione: saper osservare e analizzare i fenomeni espressivi e comunicativi dei linguaggi giornalistici utilizzando i termini e i concetti fondamentali della linguistica. C. Autonomia di giudizio: accrescere la capacità critica di riflettere sui contesti comunicativi pubblici e multimediali. D. Abilità comunicative: Il corso mira, soprattutto nelle sue parti monografiche, a sviluppare abilità di scrittura e gestione nell'ambito divulgativo e giornalistico. E. Capacità di apprendimento: indurre all'analisi della comunicazione attraverso azioni di documentazione ed analisi di contesti reali.

(English)

In the first part we present the fundamental terms and concepts of the discipline; in the second we present controlled writing. Within in the third part we host a cycle of seminars held by the journalist Paolo Caselli who guides the student in the editing of texts and in the management of radio and television journalistic communication.

Teorie della Comunicazione e dei Media Digitali

Il corso si propone di introdurre lo studente ai principali aspetti, metodi e sistemi della disciplina offrendo un quadro delle teorie di base utili per l'analisi e la comprensione della stessa. Si intende, inoltre, fornire le adeguate conoscenze per l'interpretazione dei sistemi di comunicazione più attuali con particolare riferimento ai media digitali. Attraverso la frequenza ai successivi moduli dell'insegnamento lo studente acquisirà progressivamente un quadro sempre più articolato e puntuale dei processi comunicativi propri della società digitale attraverso lo studio e l'analisi del linguaggio e dell'utilizzo in chiave sociale delle nuove tecnologie di comunicazione.

(English)

The course traces the evolution of the main theories in the field of communication up to the most current, through a pragmatic approach that integrates the psychological matrix with the social one. The basic notions and tools will be provided to allow understanding, analyzing and interpreting phenomena and processes in the field of mass and interpersonal communication, with particular regard to the most recent digital declinations. The course is organized in three modules: "Elements of communication", "Psychology and Sociology of new media" and "Models of digital communication". The use of an integrated perspective, which takes into account the different study approaches, intends to provide the basic elements and concepts to stimulate critical, creative and systemic thinking of the subject.

Filosofia e Scienza Politica

L'insegnamento intende delineare un quadro analitico che illustri le dimensioni teoriche ed empiriche della politica, fornendo elementi utili alla comprensione dei concetti e alla lettura dei fenomeni politici. In questo senso la trasmissione di conoscenze che rientrano negli ambiti disciplinari della filosofia politica e della scienza politica è proposta allo studente allo scopo di accrescerne le competenze sul piano cognitivo e culturale, consolidando le capacità critiche necessarie all'interpretazione autonoma dei classici del pensiero politico e all'applicazione consapevole delle categorie teoriche nell'analisi dei processi politici contemporanei.

(English)

This course is divided in three modules: "Elements of political theory", "Analysis of political systems and processes", "Languages and rhetoric of politics". Overall, the course aims at outlining an analytical framework that highlights the theoretical and empirical dimensions of politics, providing basics for reading political concepts and phenomena, as well as for understanding how political institutions work. In this sense, the exposition of contents that fall within the disciplinary boundaries of political philosophy and political science is proposed to the student to increase and consolidate his/her critical skills. Those are indeed necessary for the autonomous interpretation of the classical texts of political thought and for the conscious application of theoretical categories in the analysis of contemporary political processes.

Strumenti di Comunicazione per L'e-learning

Il modulo 1 ha come obiettivo formativo fornire una conoscenza di base degli strumenti che nel corso dell'evoluzione della formazione a distanza si sono succeduti e affermati confluendo poi negli ambienti di apprendimento virtuali dell'e-learning. Il modulo 2 ha come obiettivo formativo l'approfondimento dei complessi ambienti di apprendimento virtuali e ibridi dell'e-learning. Il modulo si propone di fornire la capacità di analisi degli strumenti e dei linguaggi dell'e-learning e di formare competenze relative alla progettazione e produzione di testi multimediali e transmediali per l'apprendimento in rete.

(English)

First module. "Communication tools in the different generations of distance learning". The module explores the evolution of distance learning and communication tools from the beginning until today. Each phase presents different tools but which tend to integrate themselves into a network and transmedia logic. Second module. "Digital communication tools between present and future". The module analyzes the main communication tools and related languages used in virtual and hybrid learning environments, also with an eye to possible future scenarios.

Sociologia degli Ecosistemi

Al termine del corso, lo studente possiederà le fondamenta teoriche per la comprensione delle tematiche di sociologia degli ecosistemi. (modulo 1) In particolare, lo studente sarà in grado di descrivere gli elementi fondamentali della sociologia dell'ambiente, gli aspetti storici, l'evoluzione sociologica, gli aspetti normativi. (modulo 2) Lo studente sarà in grado di tracciare ed approfondire la tematica della protezione ambientale, nonché i principali aspetti dell'etica del turismo e della tutela dei diritti fondamentali riferiti all'ambiente.

(English)

The course will be divided into 2 modules and will deepen the following contents. In the first module, the discipline of the subject will be framed, analyzing, through historical hints, the evolution of the relationship between society and environment. The first module will be framed the discipline of the subject, analyzing, through historical references, the evolution of the relationship between society and environment. It will also address the regulatory aspects, Italian and European, which have accompanied the spread of an increasing sensitivity to the issue of sustainability and protection of ecosystems. In the second module we will analyze the theme of environmental protection, focusing mainly on the evolution of the same in Italy and then, thanks to the process of European integration, in the EU legislation. We will then analyze the issues related to the Ethics of Tourism and the relationship between the protection of human rights and the environment. Module 1 – Overview of the subject, historical background, sociological evolution, Italian and European regulatory aspects. Module 2 – Environmental protection (origin and sociological and regulatory development), tourism ethics, environment and human rights.

Fondamenti di Economia Politica

L'insegnamento mira a formare: la capacità di comprendere il funzionamento dei regimi di mercato concorrenziali e non concorrenziali ed i comportamenti strategici tra soggetti economici, la capacità di comprendere i principi di regolamentazione dei mercati, sia rispetto alle relazioni tra imprese (ad es. integrazione verticale, orizzontale, politiche di prezzo), la capacità di comprendere la dinamica dei mercati, delle imprese e dell'innovazione, la capacità di comprendere il ruolo della pubblicità e la sua correlazione con il potere di mercato.

(English)

The Fundamentals of Political Economy course provides the elementary notions that introduce political economy. The course aims to analyze the behavior and decisions of consumers and businesses to provide useful tools for understanding the essential characteristics of the economic system. The course presents and discusses the models of monopoly, perfect and monopolistic competition, and oligopoly. In addition, some notions are provided to understand the role of advertising and its ability to influence market power. The course aims to introduce the logic of rational decisions of consumers and businesses, to understand the relationships between economic agents.

Nuovi Media nei Contesti di Apprendimento

Gli obiettivi dei diversi moduli possono essere così sintetizzati: Modulo 1 – Sviluppare una visione critica, informata e consapevole dell'evoluzione di tecnologie e media del loro ruolo nei contesti di apprendimento. Modulo 2 – Acquisire conoscenze e competenze utili all'uso consapevole di internet e dei sistemi di social media e social networking in contesto sociale e formativo. Modulo 3 – Conoscere culture come la hacker e la maker e il loro apporto all'impostazione culturale della formazione orientata alla cittadinanza digitale.

(English)

The course focuses on the relationship between new technologies and media and education. It aims to provide a framework for analysing the use of

ICT in teaching/learning processes from a critical point of view. In this context are inserted two insights dedicated to: conscious use of the Internet and social networks as tools for the creation and dissemination of information on social networks; new cultures and active use of tools and languages for the construction of digital citizenship.

Laboratorio Informatico L-20

A. Acquisire un approccio interdisciplinare ai problemi della comunicazione. B. Acquisire capacità di analisi e di intervento che consideri la pluralità dei punti di vista e delle competenze. C. Acquisire una significativa conoscenza teorica ed un'altrettanto significativa comprensione delle più importanti ed innovative tecnologie della multimedialità e del web. D. Acquisire comprensione (scritto/parlato) e redazione (almeno a livello di base) delle principali tipologie di testi prodotti dai professionisti della comunicazione.

(English)

The course is structured in the way to develop basic practical skills in the use of applications and codes, which are believed to be usefully employed in various professional experiences. The course is divided into 2 modules, for each of which general and introductory resources will be proposed, with the aim of providing an overview of the topic and stimulating the students on the possible applications in their professional context.

Strumenti di Valutazione dell'impatto di Beni e Servizi

Il Modulo 1 si propone di fornire una base teorico-concettuale piuttosto ampia, anche se non troppo formalizzata dal punto di vista matematico, e di far acquisire allo studente dimestichezza con le tecniche fondamentali di rilevazione e di elaborazione dei dati necessarie per la valutazione dell'impatto di beni e servizi. Il Modulo 2 si propone di fornire gli strumenti informatici che consentono di applicare le tecniche statistiche di analisi dei dati nell'ambito della Statistica descrittiva.

(English)

The course is organized in two modules: Module 1 – Introduction to Data analysis & Impact evaluation of goods and Services. This module is aimed at illustrating the methodologies and tools necessary for a thorough exploratory analysis of statistical data referring to the wider field of application. Its main contents cover the following items: surveys; variables; data collection; data matrixes and frequency distributions; averages; variability; skewness, relation between variables and graphical representations. Module 2 – Data analysis through Excel. In Module 2, the methodologies explored in Module 1 are applied within Excel through the study of datasets relating to customer satisfaction measurements and/or field surveys. Its main contents include the overall use of the tools offered by Excel for data analysis purposes.

Informatica e Tecnologie della Comunicazione Digitale

L'obiettivo del corso è quello di fornire un quadro dei principali strumenti informatici e dei loro possibili utilizzi per un uso professionale. Partendo quindi dalla struttura teorica verranno presentate le diverse tecnologie attualmente disponibili, analizzandone i principali benefici e limiti, al fine di fornire le necessarie competenze per una selezione consapevole e razionale.

(English)

The aim of this course is to provide an overview of the main uses of information technologies for communication activities. In particular, after a presentation of the basic tools and their main features, the course will show how to create an information system, focusing on its design and evaluation skills. Finally, the social media issue will be analysed, examining the main advantages and disadvantages, how these tools allow the identification of interest groups and the creation of targeted communication campaigns.

Semiotica del Branding e della Pubblicità

Gli studenti saranno in grado di valutare in senso critico varie tipologie di testo pubblicitario, riconoscendo le tecniche utilizzate per rivolgersi ai consumatori al fine di condizionarne i comportamenti e cogliendo eventuali messaggi subliminali contenuti nei singoli testi.

(English)

The course is divided into three modules. The first module focuses on the advertising text by examining some of its characters linked to the media enabling it to be broadcast: for instance, an advertising text broadcast on the radio has different features from a poster or a video. The second module considers some models developed by semiological reflection (in particular Floch, Semprini, Ferraro) in order to formulate an advertising text which, despite the similarity of products on the market with regard to a certain product category, manages to highlight specific qualities of the product in order to convince the consumer to buy it. The third module confronts some communicative models (especially Jakobson) in order to grasp the aspects proper to advertising communication; in the light of the widespread use of this type of communication and the possibility of disseminating (or at least reflecting) social values, some considerations will be made on the possible political repercussions of advertising language.