



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Dipartimento: Culture e società

A.A. 2018/2019

PIANO DI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PER I MEDIA E LE ISTITUZIONI

Caratteristiche



Classe di Laurea in Scienze della comunicazione (L-20)



3 ANNI



PALERMO



ACCESSO LIBERO



2113

Obiettivi del Corso di Studi

Obiettivi specifici:

La comunicazione con diversi pubblici e destinatari, le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, la capacità di esprimersi efficacemente in lingua italiana e in due lingue straniere (una delle quali obbligatoriamente inglese) rappresentano il focus del CdS in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni.

A partire da un'adeguata conoscenza di base delle Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche e delle Discipline sociali e mediologiche, il percorso di studi assume, attraverso attività formative caratterizzanti obbligatorie relative alle Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione, alle Scienze umane ed economico-sociali ed alle Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche, un taglio più metodologico ed operativo.

Affiancano questi insegnamenti ulteriori attività formative di vario taglio tematico e disciplinare, finalizzate ad integrare la conoscenza delle discipline economico-sociali e mediologiche con lo studio di ambiti disciplinari confinanti in cui la comunicazione trova applicazione (Storia dell'arte, Cinema, fotografia e televisione, Musicologia, Linguistica italiana, Critica letteraria e letterature comparate, Lingue e letterature, Filosofia politica e Geografia), coerentemente con le esigenze espresse dal mercato del lavoro.

Durante il corso degli studi lo studente sperimenterà in prima persona, attraverso tirocini formativi e di orientamento, l'osservazione ravvicinata di aspetti e di nodi cruciali del proprio futuro ruolo professionale seguendo, in una logica di empowerment e secondo gli orientamenti che saranno proposti in sede di programmazione didattica o in base agli interessi ed alle competenze personali, un percorso alternativamente tagliato in senso professionalizzante o di prosecuzione degli studi attraverso i CdL magistrali.

Saranno inoltre destinati 12 CFU ad ulteriori attività formative a scelta dello studente.

La più coerente prosecuzione del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni, nell'ambito dell'offerta formativa della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Palermo, è rappresentata dal CdLM in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (Classe LM59) secondo le modalità ed i criteri normati dal regolamento didattico del CdS.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI DEL CORSO

Il CdL in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni prepara gli studenti ad affrontare e a gestire le problematiche concrete riguardanti il funzionamento dei processi informativi all'interno di aziende pubbliche e private e di strutture della pubblica amministrazione.

Il Corso intende preparare gli studenti ad organizzare e a gestire attività di informazione e di comunicazione con diversi pubblici e con diversi destinatari.

In particolare, il corso fornisce competenze relative alle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, capacità di esprimersi efficacemente in lingua italiana e in due lingue straniere, una delle quali obbligatoriamente inglese.

Si perseguiranno i seguenti obiettivi formativi del CdS: acquisizione delle competenze di base e delle abilità specifiche relative alla comunicazione di pubblica utilità, conoscenze riguardanti le riforme in atto nella pubblica amministrazione in materia di comunicazione pubblica e competenze relative alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione; acquisizione delle competenze di base e delle abilità specifiche relative alle tecniche e agli strumenti della comunicazione pubblicitaria, alla ricerca sociale e al marketing e all'utilizzo delle nuove tecnologie per la produzione pubblicitaria; acquisizione di competenze relative alle attività di comunicazione e di informazione (tradizionale o mediante le ITC) presso testate giornalistiche o uffici stampa.

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Sbocchi occupazionali

Profilo:

Dottore in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni

Funzioni:

Tecnico del marketing

Competenze:

- Fare ricerche di mercato
- Definire e mettere in atto strategie per la promozione del prodotto
- Progettare e gestire azioni di marketing di prodotti e/o servizi (nuovi o già esistenti da rilanciare)
- Curare i rapporti con i clienti
- Curare i rapporti con i mezzi di informazione

Sbocchi:

- Ambito della libera professione
- Enti pubblici e privati che prevedono uffici di marketing
- Aziende (catene di grande distribuzione nazionali e locali, catene di franchising) che prevedono uffici di marketing

Profilo:

Dottore in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni

Funzioni:

Tecnico della pubblicità

Competenze:

- Progettare e gestire strategie di comunicazione
- Realizzare campagne pubblicitarie di vario genere e su vari mezzi
- Ideare marchi o immagini aziendali
- Costruire il messaggio pubblicitario
- Ideare testi e immagini per campagne pubblicitarie

Sbocchi:

- Ambito della libera professione
- Imprese o organizzazioni che prevedono uffici di pubblicità
- Imprese o organizzazioni che programmino la promozione della propria immagine mediante campagne pubblicitarie di vario genere e su vari mezzi

Profilo:

Dottore in Scienze della Comunicazione per i Media e le Istituzioni

Funzioni:

Tecnico delle pubbliche relazioni

Competenze:

- Curare i rapporti con i mezzi di informazione
- Redigere o predisporre testi per discorsi ufficiali o comunicati stampa
- Gestire o aggiornare i contenuti dei siti web
- Curare e visionare la rassegna stampa

Sbocchi:

- Ambito della libera professione
- Enti pubblici e privati che prevedono uffici di pubbliche relazioni e/o uffici stampa
- Aziende che prevedono uffici di pubbliche relazioni e/o uffici stampa

Caratteristiche della prova finale

Per conseguire la laurea lo/a studente/ssa deve avere acquisito 180 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale (3 cfu). La prova finale ha l'obiettivo di verificare il livello di maturità e la capacità critica del laureando, con riferimento agli apprendimenti ed alle conoscenze acquisite ed al completamento delle attività previste dall'ordinamento didattico. La prova finale consiste in una prova orale, secondo modalità definite dal Regolamento sulla prova finale del CdS per ogni a.a., nel rispetto ed in coerenza della tempistica, delle prescrizioni ministeriali e delle inerenti linee guida di Ateneo.

Insegnamenti 1° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
04677 - LINGUA INGLESE <i>Anzalone(PC)</i>	9	1	V	L-LIN/12	A
06412 - SEMIOTICA <i>Mangano(PO)</i>	9	1	V	M-FIL/05	A
14400 - STATISTICA SOCIALE <i>Ferrante(PA)</i>	6	1	V	SECS-S/05	B
19663 - STORIA DELL'OPINIONE PUBBLICA <i>Marsala(PA)</i>	6	1	V	SPS/02	B
19377 - SOCIOLOGIA DEI MEDIA DIGITALI E SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZ. C.I.	12	2	V		

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Insegnamenti 1 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
- SOCIOLOGIA DEI MEDIA DIGITALI <i>Cappello(PA)</i>	6	2		SPS/08	A
- SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE <i>Cappello(PA)</i>	6	2		SPS/08	A
16833 - SOCIOLOGIA DEL MUTAMENTO CULTURALE E SOCIALE <i>Fici(PA)</i>	9	2	V	SPS/08	A
13426 - SOCIOLOGIA DELL'AMMINISTRAZIONE <i>Macaluso(PA)</i>	6	2	V	SPS/11	B

57

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
18759 - ECONOMIA APPLICATA/MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE	15	1	V		
- ECONOMIA APPLICATA <i>Iannolino(PC)</i>	9	1		SECS-P/06	B
- MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE <i>Caracci(PC)</i>	6	1		SECS-P/08	B
05120 - METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE <i>Trobia(PA)</i>	9	1	V	SPS/07	B
06522 - SOCIOLINGUISTICA <i>D'Agostino(PO)</i>	6	1	V	L-FIL-LET/ 12	C
04770 - LINGUISTICA GENERALE <i>La Fauci(CU)</i>	9	2	V	L-LIN/01	A
07520 - TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA <i>Rizzuto(PA)</i>	9	2	V	SPS/08	B
Gruppo di attiv. form. opzionali	3				F
Attiv. form. a scelta dello studente	6				D

57

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
19085 - COMUNICAZIONE DIGITALE <i>Pirrone(PO)</i>	9	1	V	ING-INF/05	A
89616 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE <i>Ingrassia(PO)</i>	6	1	V	SECS-P/10	B
07407 - TEORIA DELLA LETTERATURA <i>Bertoni(PO)</i>	9	1	V	L-FIL-LET/ 14	C
14184 - TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO	3	1	G		F
15206 - DIRITTO AMMINISTRATIVO E REGIONALE <i>Impastato(RU)</i>	6	2	V	IUS/10	B
05917 - PROVA FINALE	3	2	V		E
Gruppo di attiv. form. opzionali II	6				C
Gruppo di attiv. form. opzionali III	9				B
Gruppo di attiv. form. opzionali IV	9				C
Attiv. form. a scelta dello studente II	6				D

66

GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
11231 - LABORATORIO DI DESIGN <i>Pantina(RU)</i>	3	1	G		F

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
17958 - LABORATORIO DI GIORNALISMO <i>Bertoni(PO)</i>	3	2	G		F
16549 - LABORATORIO DI MARKETING <i>Pinello(PC)</i>	3	2	G		F
Gruppo di attiv. form. opzionali II	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
04524 - LINGUA ALBANESE <i>Gurga(PA)</i>	6	1	V	L-LIN/18	C
04532 - LINGUA ARABA <i>Spallino(PA)</i>	6	2	V	L-OR/12	C
Gruppo di attiv. form. opzionali III	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
19082 - FILOSOFIA POLITICA E GENDER STUDIES <i>Muscolino(PA)</i>	9	2	V	SPS/01	B
19081 - SOCIOLOGIA DELLA DEVIANZA E DEL DISAGIO SOCIALE <i>Dino(PO)</i>	9	1	V	SPS/12	B
Gruppo di attiv. form. opzionali IV	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
15050 - CINEMA E MEDIA <i>Arcagni(PA)</i>	9	2	V	L-ART/06	C
03116 - ETNOMUSICOLOGIA <i>Bonanzinga(PO)</i>	9	1	V	L-ART/08	C
19662 - GEOGRAFIA E PROCESSI MEDIALI <i>Meschiari(PA)</i>	9	1	V	M-GGR/01	C
04444 - LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA <i>Coglitore(PO)</i>	9	1	V	L-FIL-LET/11	C
19084 - MUSICA PER IL FILM E LA PUBBLICITÀ <i>Cavallini(CU)</i>	9	2	V	L-ART/07	C

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)