



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Dipartimento: Culture e società

A.A. 2021/2022

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

### Caratteristiche



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



3 ANNI



PALERMO



ACCESSO LIBERO



2113

### Obiettivi del Corso di Studi

Obiettivi specifici:

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 imprese 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 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 è obbligatoriamente l'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.

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. In particolare, il III anno del corso si suddivide in due curricula, uno più strettamente legato alla professione del Giornalismo, mentre il secondo è più strettamente connesso all'analisi ed alla gestione dei Social Media.

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 (Cinema, fotografia e televisione, Linguistica italiana, Critica letteraria e letterature comparate, Lingue e letterature, Filosofia politica), coerentemente con le esigenze espresse dal mercato del lavoro.

Durante il corso degli studi lo studente sperimenterà in prima persona, attraverso laboratori curriculari e 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, di cui sono propedeutici i diversi Laboratori professionali offerti all'interno del corso nonché, al bivio d'accesso al III anno, il perseguimento in alternanza di uno dei due curricula proposti.

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 del Dipartimento Culture e società dell'Università degli Studi di Palermo, è rappresentata dal CdLM in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (Classe LM59) secondo le modalità ed i criteri normati dal regolamento didattico del CdS.

### Sbocchi occupazionali

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)

Profilo:

Esperto in marketing digitale

Funzioni:

Tecnico in marketing digitale

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
- Analisi dei consumi sul web
- Analisi e realizzazione di siti di e-commerce e progetti di vendita on line
- Analisi delle tendenze a partire dalle identità digitali
- Uso degli strumenti di profilazione utente on line

Sbocchi:

- Consulenze per aziende private legate alla commercializzazione di beni e servizi attraverso il Web
- Consulenza per la realizzazione di app volte al commercio elettronico
- Ideazione e gestione di campagne marketing basate sul web

Profilo:

Tecnico della pubblicità

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:

Tecnico delle pubbliche relazioni

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

Profilo:

Tecnico dei social media

Funzioni:

Tecnico del social media management

Competenze:

- Comprensione e analisi dei fenomeni sociali, politici, culturali
- Analisi dei flussi comunicativi e delle tendenze sul Web
- Conoscenze dei processi di newsmaking
- Analisi del traffico informatico attraverso gli strumenti software
- Ideazione, implementazione e gestione di una campagna sui Social Media
- Padronanza del linguaggio verbale e visivo
- Uso degli strumenti di profilazione utente on line

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:

Social Media manager come libero professionista o all'interno di aziende di servizi

- Consulente per aziende commerciali, partiti politici, personaggi del mondo dello spettacolo ecc.
- Realizzazione di Canali social sui più diversi argomenti

### 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 a completamento delle attività previste dall'ordinamento didattico. La prova consiste in una prova orale secondo modalità definite dal regolamento sulla prova finale del Corso di Laurea 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>Rudvin(PA)</i>	9	1	V	L-LIN/12	A
19377 - SOCIOLOGIA DEI MEDIA DIGITALI E SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZ. C.I.	12	1	V		
- SOCIOLOGIA DEI MEDIA DIGITALI <i>Cappello(PA)</i>	6	1		SPS/08	A
- SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE <i>Cappello(PA)</i>	6	1		SPS/08	A
14400 - STATISTICA SOCIALE <i>Ferrante(PA)</i>	6	1	V	SECS-S/05	B
20302 - STORIA DELL'OPINIONE PUBBL. E LAB.PROF. DI COMUN.SOCIALE E NO PROFIT C.I.	9	1	V		
- LABORATORIO PROFESSIONALE DI COMUNICAZIONE SOCIALE E NO PROFIT	3	1			F
- STORIA DELL'OPINIONE PUBBLICA <i>Marsala(PA)</i>	6	1		SPS/02	B
21026 - POLITICHE PUBBL. E PROCESSI PARTECIPATIVI/LAB. DI COM. DELLA P.A.	9	2	V		
- POLITICHE PUBBLICHE E PROCESSI PARTECIPATIVI <i>Macaluso(PA)</i>	6	1		SPS/11	B
- LABORATORIO DI COMUNICAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE <i>Badami(PC)</i>	3	2		SPS/11	C
20303 - SEMIOTICA E LAB. PROF. DI COMUNICAZIONE E VISUAL DESIGN C.I.	12	2	V		
- LABORATORIO PROFESSIONALE DI COMUNICAZIONE E VISUAL DESIGN	3	2			F
- SEMIOTICA <i>Mangano(PO)</i>	9	2		M-FIL/05	A

57

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
19082 - FILOSOFIA POLITICA E GENDER STUDIES <i>Marceno'(PO)</i>	9	1	V	SPS/01	B
20957 - RICERCA SOCIALE E NETWORK ANALYSIS <i>Trobia(PA)</i>	9	1	V	SPS/07	B
06522 - SOCIOLINGUISTICA <i>Paternostro(PA)</i>	6	1	V	L-FIL-LET/12	C
21994 - SOCIOLOGIA DEL MUTAMENTO CULT. E SOCIALE E LAB. DI FOTO-GIORNALISMO	9	1	V		
- LABORATORIO DI FOTO-GIORNALISMO <i>Fici(PA)</i>	3	1			F
- SOCIOLOGIA DEL MUTAMENTO CULTURALE E SOCIALE <i>Fici(PA)</i>	6	1		SPS/08	A
07520 - TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA <i>Rizzuto(PA)</i>	9	1	V	SPS/08	B

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 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
21432 - DIRITTO AMMINISTRATIVO NELL'ERA DIGITALE <i>Nocera(RD)</i>	6	2	V	IUS/10	B
04770 - LINGUISTICA GENERALE <i>La Fauci(CU)</i>	9	2	V	L-LIN/01	A
Attiv. form. a scelta dello studente	6				D
<b>63</b>					

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
19085 - COMUNICAZIONE DIGITALE <i>Limoncelli(RD)</i>	9	1	V	ING-INF/05	A
20989 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E LABORATORIO DI WEB MARKETING	9	1	V		
- LABORATORIO DI WEB MARKETING <i>Pinello(PC) [A-L], Santamaura(PC) [M-Z]</i>	3	1		SECS-P/10	B
- ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	6	1		SECS-P/10	B
20958 - TECNOLOGIA POLITICA <i>Vaccaro(PO)</i>	6	1	V	SPS/01	B
20959 - ETICA DIGITALE <i>Di Bella(PA)</i>	6	2	V	M-FIL/06	C
20380 - NUOVI MEDIA E NUOVE TECNOLOGIE <i>Arcagni(PA)</i>	9	2	V	L-ART/06	C
14184 - TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO	3	2	G		F
05917 - PROVA FINALE	3	2	V		E
Gruppo di attiv. form. opzionali II	9				C
Attiv. form. a scelta dello studente II	6				D
<b>60</b>					

### GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali II	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
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

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)