



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

**Dipartimento: Culture e società**

**A.A. 2023/2024**

## **PIANO DI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE - MARKETING E PUBBLICITÀ -**

### **Caratteristiche**



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



3 ANNI



PALERMO



ACCESSO LIBERO



2287

### **Obiettivi del Corso di Studi**

Obiettivi specifici:

Scienze della Comunicazione è un Corso di Laurea fortemente interdisciplinare che fornisce le basi teoriche, gli strumenti metodologici e le conoscenze tecniche per comprendere il complesso mondo della comunicazione contemporanea e agire al suo interno. I diversi indirizzi attivati rispecchiano gli ambiti professionali a cui la Laurea prepara, e vengono scelti dopo un primo anno comune in cui si forniscono le basi necessarie per imparare a percepire la complessità dei fenomeni comunicativi e capire le diverse dimensioni teoriche e metodologiche che sono necessarie per studiarli e operare al loro interno.

Proprio la complessità della comunicazione contemporanea - e le ricadute di ordine culturale, sociale, politico ed economico che ha - rende necessario, dal secondo anno, focalizzarsi maggiormente su un ambito specifico che diventa oggetto di specifici indirizzi.

Ciascuno di essi offre la possibilità di approfondire il funzionamento di specifici media, di diverse tipologie di artefatti comunicativi, dei linguaggi che essi utilizzano, delle variabili e delle strategie che è possibile impiegare per ottenere determinati risultati, delle tecniche per la misurazione dell'efficacia di diverse tipologie di azione comunicativa.

Il percorso formativo è caratterizzato, oltre che dalla specializzazione che emerge dagli indirizzi, da i) una notevole attenzione per le competenze professionalizzanti veicolate attraverso insegnamenti laboratoriali, ii) dall'elevata possibilità di personalizzazione del percorso di studi ed infine iii) dal contatto con il mondo delle professioni.

Nel piano di studi di ciascun indirizzo sono previsti laboratori in cui vengono fornite competenze tecnico-pratiche professionalizzanti di immediata spendibilità nel mondo del lavoro. Ciascuno studente potrà scegliere all'interno di una rosa di opzioni costruita in modo da riguardare diverse tipologie prodotti comunicativi (dai testi verbali alle fotografie, dai siti web al visual design) in funzione del tipo di professione cui intende prepararsi.

La personalizzazione del piano di studi viene realizzata prevedendo diversi cfu per le attività formative a scelta dello studente così come per le attività a scelta libera, che potranno essere scelte fra un ampio ventaglio di insegnamenti opzionali consentendo allo studente di focalizzare ulteriormente le proprie aree di interesse.

Il contatto con il mondo delle professioni, infine, viene realizzato attraverso incontri e seminari per i quali sono stati previsti crediti per altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro.

Ideali sbocchi del Corso di Laurea sono i tre Corsi di Laurea Magistrale attivi, ovvero: Comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità (LM-59), Comunicazione del patrimonio culturale (LM-92) e Comunicazione per l'enogastronomia (LM-92 ed LM/GASTR).

### **Sbocchi occupazionali**

Profilo:

Esperto in marketing digitale

Funzioni:

Tecnico in marketing digitale

Competenze:

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)

- 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

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

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:

Tecnici della comunicazione della produzione multimediale, radiotelevisiva, cinematografica e teatrale

Funzioni:

Progettazione e creazione di eventi comunicativi nell'ambito delle culture e delle arti in generale (radio, televisione, teatro, cinema, musei, multimedialità); predisposizione di palinsesti, scelte di musiche e immagini, ideazione e realizzazione di spot; presentazione di informazioni; gestione di spettacoli, performances artistiche e ricreative in musei, teatri e altri luoghi pubblici.

Competenze:

Il laureato è in grado di elaborare specifici contenuti culturali per le infrastrutture di comunicazione nei media e nella rete e sa operare nei principali settori di attività (radio, televisione, editoria digitale e non, cinema, museo, teatro, video, web), applicando le tecnologie a specifici scopi comunicativi elaborati per l'utenza. Applica le conoscenze teoriche e metodologiche alla gestione di eventi, alla verifica dei risultati attesi e ad eventuali rimodulazioni di progetti avviati. È in grado di svolgere ruoli di coordinamento. Sa redigere in buon italiano testi argomentativi ed espositivi anche di media lunghezza, può usare efficacemente la lingua inglese e possiede una buona conoscenza di almeno un'altra lingua.

Sbocchi:

Enti pubblici e privati di produzione radiofonica, televisiva, cinematografica e teatrale; organizzazione di iniziative culturali; istituzioni artistiche, museali, musicali, multimediali; festival culturali; siti web.

Profilo:

Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali

Funzioni:

Progettazione e creazione di eventi nell'ambito delle culture e delle arti in generale (fiere, mostre, esposizioni, eventi museali, musicali, teatro, multimedialità); fornitura di servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; ideazione e realizzazione degli spazi e degli ambienti espositivi, organizzazione della fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

Competenze:

Il laureato è in grado di elaborare specifici contenuti culturali nei principali settori di attività (fiere, mostre, esposizioni, festival, gestione siti web), applicando metodologie e tecnologie a specifici scopi comunicativi elaborati per l'utenza. Applica le conoscenze teoriche e metodologiche alla gestione di eventi, alla verifica dei risultati attesi e ad eventuali rimodulazioni di progetti avviati. È in grado di svolgere ruoli di coordinamento. Sa redigere in buon italiano testi argomentativi ed espositivi anche di media lunghezza, può usare efficacemente la lingua inglese e possiede una buona conoscenza di almeno un'altra lingua.

Sbocchi:

Enti pubblici e privati di produzione e organizzazione di iniziative culturali; fiere, mostre, esposizioni, vernissage, festival culturali; spettacoli multimediali; siti web.

Profilo:

Tecnico della comunicazione culturale

Funzioni:

Progettare e realizzare media comunicativi di organizzazioni ed eventi culturali; organizzazione di siti web, app e portali comunicativi legati a imprese della ricezione e della produzione di cultura del gusto.

Competenze:

Il laureato è in grado di valorizzare attraverso la comunicazione strutture, organizzazioni, associazioni, consorzi, imprese, enti che veicolano eventi, prodotti e processi culturali. Progetta e organizza i media idonei alla valorizzazione di patrimoni culturali materiali e immateriali (ad esempio, cultura del gusto, beni eno-gastronomici legati al territorio, ecc.).

Sbocchi:

Imprese private, consorzi e associazioni di tutela del patrimonio culturale, enti pubblici connessi alla comunicazione e al mantenimento del patrimonio culturale materiale e immateriale.

Profilo:

Intervistatori e rilevatori professionali

Funzioni:

Condurre interviste strutturate con questionari e strumentazioni complesse in indagini e rilevazioni totali o campionarie disegnate su basi scientifiche.

Competenze:

- Fare ricerche di mercato
- Analisi dei consumi
- Analisi delle tendenze
- Uso degli strumenti di profilazione
- Tecniche di ricerca sociale qualitativa

Sbocchi:

Impiego in aziende private ed enti pubblici che operano nella rilevazione delle opinioni, della profilazione degli utenti, della ricerca sociale ad ampio spettro

### **Caratteristiche della prova finale**

Per conseguire la laurea lo studente deve avere acquisito 180 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale. La prova finale ha l'obiettivo di verificare il livello di maturità e la capacità critica del laureando con riferimento alle conoscenze acquisite nelle attività previste dall'ordinamento didattico. La prova è definita nel regolamento del Corso di Laurea nel rispetto ed in coerenza con la tempistica del corso, con le prescrizioni ministeriali e con le linee guida di Ateneo.

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
01340 - ANTROPOLOGIA CULTURALE <i>Mancuso(PA) [A-L], Mannia(RD) [M-Z]</i>	9	1	V	M-DEA/01	B
04770 - LINGUISTICA GENERALE <i>Mirto(PA) [A-L], Brucale(PA) [M-Z]</i>	9	1	V	L-LIN/01	A
13415 - STUDI CULTURALI <i>Cometa(PO) [A-L], Cammarata(PA) [M-Z]</i>	9	1	V	L-FIL-LET/ 14	C
86626 - INGLESE <i>Rudvin(PA) [A-L], Machi'(PC) [M-Z]</i>	9	2	V	L-LIN/12	A
06412 - SEMIOTICA <i>Giannitrapani(RD) [A-L], Mangano(PO) [M-Z]</i>	9	2	V	M-FIL/05	A
06557 - SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE <i>Rizzuto(PA) [A-L], Macaluso(PA) [M-Z]</i>	9	2	V	SPS/08	A
13351 - ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO	2	2	G		F
Gruppo di attiv. form. opzionali	10				C

**66**

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
03089 - ESTETICA <i>Crescimanno(PA)</i>	9	1	V	M-FIL/04	B
23449 - TEORIA E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA <i>Ventura Bordenca(RD)</i>	6	1	V	M-FIL/05	B
04864 - MARKETING	9	2	V	SECS-P/08	B
12284 - SEMIOTICA DELLA PUBBLICITÀ <i>Mangano(PO)</i>	9	2	V	M-FIL/05	B
16852 - ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO 2	5	2	G		F
Gruppo di attiv. form. opzionali II	10				C
Gruppo di attiv. form. opzionali III	6				C
Attiv. form. a scelta dello studente	6				D

**60**

Insegnamenti 3 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
22608 - DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE <i>Nocera(RD)</i>	6	1	V	IUS/01	B
19084 - MUSICA PER IL FILM E LA PUBBLICITÀ <i>Vernazza(RD)</i>	6	1	V	L-ART/07	B
23450 - PSICOLOGIA DEI CONSUMI <i>Boca(PO)</i>	6	1	V	M-PSI/05	B
07553 - TIROCINIO	6	1	G		F
07024 - STORIA E CRITICA DEL CINEMA <i>Arcagni(PA)</i>	6	2	V	L-ART/06	C
19006 - WEB MARKETING	9	2	V	SECS-P/08	B
05917 - PROVA FINALE	3	2	V		E
Gruppo di attiv. form. opzionali IV	6				C
Attiv. form. a scelta dello studente II	6				D

**54**

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
23441 - LABORATORIO DI FOTOGRAFIA <i>Fici(PA)</i>	10	Ann.	V	SPS/08	C
17958 - LABORATORIO DI GIORNALISMO <i>Bertoni(PO)</i>	10	Ann.	V	L-FIL-LET/10	C
20296 - LABORATORIO DI LINGUISTICA COMPUTAZIONALE	10	Ann.	V		
- MODULO DI MORFOLOGIA LESSICALE <i>Brucale(PA)</i>	5	Ann.	V	L-LIN/01	C
- MODULO DI LINGUISTICA COMPUTAZIONALE <i>Mirto(PA)</i>	5	Ann.	V	L-LIN/01	C
23072 - LABORATORIO DI PRODUZIONE TESTUALE	10	Ann.	V		
- MODULO 2 <i>Meschiari(PA)</i>	5	Ann.	V	M-GGR/01	C
- MODULO 1 <i>Marrone(PO)</i>	5	Ann.	V	M-FIL/05	C
23065 - LABORATORIO DI SCENEGGIATURA <i>Marchese(RD)</i>	10	Ann.	V	L-FIL-LET/14	C
23057 - LABORATORIO DI TECNOLOGIE INFORMATICHE PER IL WEB <i>Pirrone(PO)</i>	10	Ann.	V	ING-INF/05	C
23058 - LABORATORIO DI VISUAL DESIGN <i>Scalisi(RD)</i>	10	Ann.	V	ICAR/13	C
Gruppo di attiv. form. opzionali II	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
23441 - LABORATORIO DI FOTOGRAFIA <i>Fici(PA)</i>	10	Ann.	V	SPS/08	C
17958 - LABORATORIO DI GIORNALISMO <i>Bertoni(PO)</i>	10	Ann.	V	L-FIL-LET/10	C
20296 - LABORATORIO DI LINGUISTICA COMPUTAZIONALE	10	Ann.	V		
- MODULO DI LINGUISTICA COMPUTAZIONALE <i>Mirto(PA)</i>	5	Ann.	V	L-LIN/01	C
- MODULO DI MORFOLOGIA LESSICALE <i>Brucale(PA)</i>	5	Ann.	V	L-LIN/01	C
23072 - LABORATORIO DI PRODUZIONE TESTUALE	10	Ann.	V		
- MODULO 1 <i>Marrone(PO)</i>	5	Ann.	V	M-FIL/05	C
- MODULO 2 <i>Meschiari(PA)</i>	5	Ann.	V	M-GGR/01	C
23065 - LABORATORIO DI SCENEGGIATURA <i>Marchese(RD)</i>	10	Ann.	V	L-FIL-LET/14	C
23057 - LABORATORIO DI TECNOLOGIE INFORMATICHE PER IL WEB <i>Pirrone(PO)</i>	10	Ann.	V	ING-INF/05	C
23058 - LABORATORIO DI VISUAL DESIGN <i>Scalisi(RD)</i>	10	Ann.	V	ICAR/13	C
23064 - LABORATORIO DI SOCIOLOGIA QUALITATIVA	10	Ann.	V		
- MODULO 2	5	Ann.	V	SPS/12	C
- MODULO 1 <i>Dino(PO)</i>	5	Ann.	V	SPS/12	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)

## GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali III	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
23589 - FONDAMENTI DI CULTURA VISUALE <i>Mignano(RD)</i>	6	2	V	L-ART/06	C
05419 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE <i>Vesperi(RD)</i>	6	1	V	SECS-P/10	C
23447 - SEMIOTICA DELL'IMMAGINE <i>Marrone(PO)</i>	6	2	V	M-FIL/05	C
06522 - SOCIOLINGUISTICA <i>Paternostro(PA)</i>	6	1	V	L-FIL-LET/12	C
06702 - STATISTICA SOCIALE <i>Ferrante(PA)</i>	6	1	V	SECS-S/05	C
23477 - STORIA CULTURALE DELL'ETÀ MODERNA E CONTEMPORANEA <i>Cusumano(PA)</i>	6	1	V	M-STO/02	C
06932 - STORIA DELLA MUSICA <i>Vernazza(RD)</i>	6	2	V	L-ART/07	C
06813 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA <i>Costanzo(RD)</i>	6	2	V	L-ART/03	C
13521 - TEORIA DELLA TRADUZIONE <i>Lavieri(PO)</i>	6	1	V	L-LIN/04	C
Gruppo di attiv. form. opzionali IV	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
23589 - FONDAMENTI DI CULTURA VISUALE <i>Mignano(RD)</i>	6	2	V	L-ART/06	C
05419 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE <i>Vesperi(RD)</i>	6	1	V	SECS-P/10	C
23447 - SEMIOTICA DELL'IMMAGINE <i>Marrone(PO)</i>	6	2	V	M-FIL/05	C
06522 - SOCIOLINGUISTICA <i>Paternostro(PA)</i>	6	1	V	L-FIL-LET/12	C
06702 - STATISTICA SOCIALE <i>Ferrante(PA)</i>	6	1	V	SECS-S/05	C
23477 - STORIA CULTURALE DELL'ETÀ MODERNA E CONTEMPORANEA <i>Cusumano(PA)</i>	6	1	V	M-STO/02	C
06932 - STORIA DELLA MUSICA <i>Vernazza(RD)</i>	6	2	V	L-ART/07	C
06813 - STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA <i>Costanzo(RD)</i>	6	2	V	L-ART/03	C
13521 - TEORIA DELLA TRADUZIONE <i>Lavieri(PO)</i>	6	1	V	L-LIN/04	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)