

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di BERGAMO |
| Classe | LM-19 - Informazione e sistemi editoriali |
| Nome del corso | Comunicazione, informazione, editoria <i>modifica di: Comunicazione, informazione, editoria (1331294)</i> |
| Nome inglese | Communication, information, publishing |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Codice interno all'ateneo del corso | 93-270 Modifica |
| Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico | 09/05/2013 |
| Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico | 10/05/2013 |
| Data di approvazione della struttura didattica | 18/04/2013 |
| Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione | 29/04/2013 |
| Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione | 24/11/2009 |
| Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni | 19/11/2009 - |
| Modalità di svolgimento | convenzionale |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | http://www.unibg.it/LM-CIE |
| Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi | Lingue, letterature straniere e comunicazione |
| EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi | |
| Massimo numero di crediti riconoscibili | 0 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011 |

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-19 Informazione e sistemi editoriali

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- * possedere conoscenze approfondite delle tecniche e delle metodologie del sistema dell'informazione nazionale e internazionale;
- * possedere le competenze necessarie all'uso delle nuove tecnologie della comunicazione in funzione delle necessità gestionali ed organizzative delle imprese giornalistiche e editoriali (cartacee, audiovisive, on line) e dell'editoria periodica specializzata e non specializzata;
- * possedere abilità di scrittura e competenze idonee al lavoro di gestione dei contenuti, anche attraverso l'uso di nuove tecnologie informatiche, soprattutto nell'ambito delle attività redazionali;
- * possedere le abilità di scrittura e le competenze idonee alle attività degli uffici stampa e degli uffici comunicazione, con riferimento sia ai pubblici interni che agli utenti esterni;
- * possedere le competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle organizzazioni giornalistiche e editoriali;
- * possedere abilità di progettazione di contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, e servizi per ambienti multipiattaforma (web, tv digitale, telefonia, ecc.);
- * possedere competenze gestionali e di redazione dei contenuti per le attività di comunicazione interna di enti, istituzioni, imprese;
- * possedere competenze per la progettazione e la realizzazione di prodotti per l'informazione specializzata e periodica sia di tipo tradizionale che innovativo;
- * essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono nei diversi comparti delle imprese giornalistiche ed editoriali, con particolare riferimento alle professionalità emergenti nel settore dell'informazione e della progettazione di contenuti multimediali.

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

- * comprendono attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi delle scienze della comunicazione, nonché l'applicazione di metodi propri del lavoro di gestione dei contenuti, con particolare riferimento alla progettazione dei servizi e allo svolgimento dei processi operativi di stampa manageriale e redazionale;
- * possono prevedere attività laboratoriali e/o di tirocinio e stage presso aziende pubbliche e private dell'Unione Europea, testate giornalistiche, uffici stampa e uffici comunicazione, organizzazioni pubbliche e private che gestiscono contenuti e servizi multimediali, imprese televisive, anche sotto la guida di qualificati esponenti del mondo professionale, oltre a soggiorni di studio presso università italiane e straniere.

NOTA PER L'ATTIVAZIONE DI CORSI PREORDINATI ALL'ACCESSO ALLA PROFESSIONE GIORNALISTICA

In riferimento a quanto stabilisce l'art. 10, comma 4 del DM 270/2004, i corsi della classe magistrale preordinati all'accesso alle professioni giornalistiche sono istituiti nel rispetto di quanto stabilito dalle disposizioni vigenti per l'accesso alle predette professioni, devono essere a numero programmato e devono prevedere una selezione iniziale per titoli ed esami.

Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270 (DM 31 ottobre 2007, n.544, allegato C)

L'ottimo risultato della Laurea Specialistica in Comunicazione ed editoria multimediale ha convinto della possibilità di trasformare il corso di Laurea Specialistica S13 in quello di Laurea Magistrale LM19, come previsto dal DM 270/2004. La trasformazione è stata mirata a una più precisa caratterizzazione del percorso di studi.

In particolare ci si è proposti di rendere ulteriormente trasparente il rapporto tra l'istituzione universitaria e gli studenti attraverso tre linee di innovazione:

- 1) innanzitutto attraverso una chiara delineazione di quanto è obbligatorio per il conseguimento degli obiettivi previsti dalla legge e dalla volontà dell'Ateneo;
- 2) in secondo luogo, dopo aver individuato il succitato percorso formativo comune, ci si è premurati di delineare due possibili piani di studio consigliati, finalizzati al conseguimento di diverse competenze e professionalità, l'una più specificamente legata all'editoria cartacea e l'altra più latamente legata al mondo dell'informazione e della comunicazione;
- 3) infine si è curata particolarmente, attraverso l'attenta strutturazione di un percorso di laboratori, stages e tirocini, quella parte del percorso universitario tesa a creare contatti con il territorio e con il mondo del lavoro.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Nucleo, analizzata la scheda illustrativa del Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria, rileva che nella fase di progettazione la Facoltà ha tenuto

conto dei seguenti elementi:

- a) individuazione delle esigenze formative ed aspettative delle parti interessate attraverso consultazioni dirette;
- b) definizione delle prospettive (figure professionali e prosecuzione degli studi) coerenti con le esigenze formative;
- c) definizione degli obiettivi di apprendimento congruenti con gli obiettivi generali con riferimento al sistema dei descrittori adottato in sede europea;
- d) significatività della domanda di formazione proveniente dagli studenti e punti di forza della proposta rispetto all'esistente;
- e) analisi e previsioni di occupabilità;
- f) analisi del contesto culturale;
- g) definizione delle politiche di accesso.

La Facoltà ha proceduto alla trasformazione del Corso in Comunicazione ed editoria multimediale attivato nella classe 13-S nel corrispondente Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria appartenente alla classe LM-19, mirando ad una più precisa caratterizzazione del percorso di studi.

In conclusione il Nucleo rileva che la proposta:

- a) è stata correttamente progettata;
- b) risulta adeguata e compatibile con le risorse di docenza disponibili e con le strutture destinate dall'Ateneo al riguardo;
- c) può concorrere agli obiettivi di razionalizzazione e qualificazione dell'offerta formativa di cui al D.M. 362/2007.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

La Facoltà di lingue ha consultato i rappresentanti delle organizzazioni (Unione industriali, Società Italiana Autori ed Editori), delle istituzioni locali (Comune di Bergamo, Provincia di Bergamo) e dell'Ufficio scolastico provinciale preliminarmente alla trasformazione del corso di Laurea Specialistica Comunicazione ed Editoria Multimediale (LS13 509) nel corso di Laurea Magistrale Comunicazione, informazione, editoria (LM19 270) nel 2009. I rappresentanti sopra menzionati, dopo avere discusso il progetto di Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria (LM-19), hanno espresso il loro apprezzamento per l'offerta formativa del nuovo corso di studio. Hanno valutato positivamente la sua coerenza interna e la proposta di progressione professionalizzante rispetto al Corso di laurea in Scienze della comunicazione, con particolare apprezzamento per la sua articolazione, in cui sono presenti gli approfondimenti di contenuti e metodologici nelle aree storico-sociali, artistico-culturali, dell'informazione e del diritto legato al campo dell'editoria e delle attività pubblicitarie. Tale articolazione è stata giudicata funzionale ad aprire per i laureati magistrali del Corso gli sbocchi nei diversi ambiti professionali che caratterizzano le esigenze legate alle attività produttive e pubblicistico-editoriali (Unione industriali, SIAE) e ai compiti istituzionali (Comune e Provincia di Bergamo) del territorio bergamasco e regionale lombardo.

Al termine del primo anno di attivazione di CIE, nel 2011, il collegio ha deciso di somministrare un questionario e organizzare un incontro con gli studenti iscritti per raccogliergli le opinioni in merito alla didattica del corso. Le osservazioni e gli spunti critici emersi, hanno prodotto la revisione di alcuni aspetti del corso. Già nell'a.a. 2011/12, il collegio si è impegnato a ripensare la didattica degli insegnamenti esistenti per renderli più interattivi e coinvolgenti nel lavoro di aula. A supporto di questa azione è stato rivisto il piano degli studi per verificare che quanto insegnato nel corso fosse coerente con le conoscenze e competenze caratterizzanti gli sbocchi professionali indicati nel RAD, secondo le linee indicate nel QRSP Quadro Regionale degli Standard Professionali di Regione Lombardia.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il corso di Laurea Magistrale in Comunicazione, informazione, editoria, si pone l'obiettivo di fornire conoscenze e competenze culturali e linguistiche approfondite e strumenti metodologici che permettano al laureato di svolgere attività professionali qualificate nell'ambito dell'editoria, dell'informazione e della comunicazione interna ed esterna di enti e imprese.

In particolare, il laureato è in grado di:

- conoscere, analizzare ed elaborare la produzione editoriale cartacea e multimediale, e affrontarne l'organizzazione e la progettazione raccogliendo informazioni, rielaborarle, gestirle criticamente e trattarle attraverso l'impiego di strumenti mediologici e tecnici adeguati
- produrre e gestire i contenuti della comunicazione in ambito aziendale e istituzionale, verso l'interno e verso l'esterno
- tradurre in pratica le competenze acquisite attraverso gli insegnamenti grazie a esperienze di stages e tirocinio nei settori dell'editoria, dell'informazione e della comunicazione
- avere consapevolezza degli aspetti teorici e metodologici della comunicazione come ambito di studio
- riconoscere i limiti delle proprie conoscenze e competenze
- reperire strumenti di aggiornamento e di ampliamento delle proprie conoscenze e competenze, ove la situazione e il contesto lavorativo lo richiedessero
- lavorare in gruppo e in contesti pluriculturali

Il corso di studio fornisce le competenze necessarie per operare nel mondo della comunicazione, concentrandosi soprattutto su quelle fondanti, nella consapevolezza che la varietà degli sbocchi professionali e la costante evoluzione degli stessi, richiederà al laureato di adattarsi rapidamente al contesto lavorativo in cui verrà a operare, accogliendone le specificità dei contenuti e delle tecnologie. Questa flessibilità scaturisce da una formazione solida e trasversale alle specificità contingenti e si alimenta del senso critico e della consapevolezza della complessità dell'ambito comunicativo stesso, progressivamente maturata dallo studente nello svolgimento del corso. Il percorso comune consta di 70 cfu, cui si aggiungono 20 cfu orientati più specificamente verso l'editoria e l'informazione, o verso la comunicazione interna ed esterna di imprese e istituzioni.

Il tirocinio (10 cfu) è obbligatorio per tutti gli studenti, ma viene proposto in funzione della propensione a potenziare le competenze raggiunte nell'ambito editoriale o in quello della comunicazione di imprese e istituzioni. E' altresì possibile collegare l'attività di tirocinio con la tesi di laurea, in modo da coniugare l'attività svolta in un contesto concretamente esperito con la riflessione teorica e metodologica.

Il percorso formativo si articola in diverse aree di apprendimento finalizzate a costruire le competenze trasversali e quelle più specifiche, orientate a ciascuno dei due percorsi:

l'area 'Dinamiche dell'interazione linguistica' si concentra sugli aspetti retorici, semiologici, linguistici della comunicazione (I anno, 25 cfu obbligatori);

l'area 'Socio-culturale' fornisce la capacità di analizzare criticamente le caratteristiche culturali, storiche e sociologiche della realtà contemporanea e del contesto in cui avviene la comunicazione (I e II anno, 30 cfu di cui 20 obbligatori, 5 cfu per il percorso Comunicazione, 5 per il percorso Editoria).

l'area dei 'Linguaggi multimediali' fornisce conoscenze sui diversi canali comunicativi, sulle tecnologie medial e sulla loro interazione (I e II anno, 30 cfu di cui 25 obbligatori, 5 per il percorso Editoria)

l'area 'Economico-giuridica' fornisce conoscenze relative agli aspetti economici e ai principi giuridici che riguardano l'editoria, il marketing e la comunicazione aziendale in senso stretto, la comunicazione istituzionale e sociale. (I e II anno, 25 cfu di cui 10 per il percorso editoria, 15 per il percorso comunicazione)

Trasversale alle aree è l'obiettivo di fornire: un'ottima padronanza dell'italiano parlato e scritto, indispensabile ai fini specifici della comunicazione in ogni contesto, la capacità comunicare in modo adeguato e efficace, autonomia di giudizio, consapevolezza metodologica.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. Le lezioni frontali privilegiano una didattica articolata e interattiva, che contempla discussioni guidate in cui lo studente apprende a rielaborare in forma personale i concetti appresi e a confrontarsi con un "pubblico" formato dai colleghi, dai docenti stessi e dagli eventuali esperti presenti. La verifica formale in sede di esame consente il monitoraggio regolare e costante dei progressi dello studente. Anche la partecipazione a stage e tirocini in ambienti di lavoro diversi, ed estranei alle aule universitarie, contribuisce a sviluppare un'adeguata consapevolezza del rapporto tra le dimensioni teoriche e pratiche della comunicazione.

La tesi permette di verificare la maturazione critica raggiunta.

Al termine del suo percorso formativo, il laureato avrà quindi acquisito una verificata capacità autonoma di giudizio che lo metterà in grado di analizzare e interpretare le

situazioni e i contesti in cui si troverà a operare; di valutare l'eventuale necessità di incrementare le proprie conoscenze (e in quali direzioni), le opportunità professionali e i rapporti interni alle strutture lavorative; di agire responsabilmente per raggiungere e far raggiungere ai propri collaboratori gli obiettivi prefissati.

Abilità comunicative (communication skills)

La didattica, nelle sue varie forme e articolazioni ricordate, ha tra i suoi obiettivi lo sviluppo delle abilità comunicative. In particolare le esercitazioni e i momenti seminariali prevedono presentazioni individuali di relazioni e/o prodotti multimediali in cui è possibile, per lo studente, sviluppare le proprie abilità e, per il docente, verificarne il progressivo apprendimento. Dal punto di vista linguistico, il laureato dovrà raggiungere una sicura padronanza della lingua italiana scritta e orale. Al tempo stesso, l'uso anche di una bibliografia in lingua, il contributo di visiting professor, il programma di scambi internazionali, le esperienze di stage e tirocinio all'estero, l'eventuale conseguimento del doppio titolo, avranno concorso a sviluppare la capacità di comunicare in una lingua straniera. Durante il percorso formativo, lo studente avrà acquisito le specifiche competenze informatiche e mediologiche che gli consentiranno di impiegare dati, informazioni e strumenti per svolgere efficacemente la propria professione; avrà le capacità comunicative necessarie per condividere il proprio pensiero nel mondo del lavoro e per modulare i propri registri linguistici e relazionali sulla base di contesti e destinatari. Tutti i conseguimenti e i processi di conseguimento delle abilità indicate sono regolarmente sottoposti a verifica attraverso gli esami, le esercitazioni e la continua interazione critica con i docenti.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Grazie alla formazione accademica, alle conoscenze apprese e all'autonomia di giudizio raggiunta -verificate a passo a passo durante l'intero percorso accademico attraverso le prove d'esame scritte e orali, le relazioni scritte e presentate, il confronto costante con i docenti e, non da ultimo, la redazione della tesi di laurea- il laureato avrà raggiunto la capacità di dare una chiara organizzazione concettuale al sapere acquisito. Sarà consapevole dei contorni delle proprie competenze e del più vasto quadro di riferimento in cui esse sono state inserite durante il percorso formativo. Avrà quindi la capacità di percepire le necessità di allargamento degli orizzonti e avrà a disposizione la strumentazione metodologica sia per usare le risorse presenti in biblioteche e archivi tradizionali, sia per accedere alle informazioni disponibili in rete. Le esperienze seminariali interne all'università e quelle temporanee di lavoro nei tirocini lo avranno abituato al confronto e allo scambio sul terreno delle idee. Sarà quindi in grado di perseguire e apprendere ulteriori conoscenze, rese necessarie da sollecitazioni o richieste provenienti dall'inserimento nel mondo del lavoro, oppure con iniziative personali e autonome di ricerca, funzionali ad accrescere le proprie qualificazioni in funzione di obiettivi professionali, scientifici e culturali indipendenti.

Conoscenze richieste per l'accesso (DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Tutti i candidati verranno sottoposti ad un colloquio individuale, che ha lo scopo di verificare la preparazione personale, oltre al possesso dei requisiti curriculari più oltre specificati, secondo modalità previste e specificate nel Regolamento Didattico.

L'ammissione al Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria è subordinata al possesso dei titoli previsti dalle vigenti disposizioni di legge: diploma di laurea o diploma universitario triennale o titolo universitario straniero equipollente.

I laureati delle Classi n. 20 ex D.M. 270; n. 14 ex D.M. 509 e del precedente ordinamento quinquennale in Scienze della Comunicazione sono ammessi senza debiti, previo superamento del colloquio individuale.

I laureati in altre classi di laurea o con titolo universitario straniero equipollente sono ammessi, previo superamento del colloquio individuale, a condizione che abbiano acquisito almeno 60 cfu nei SSD di seguito indicati:

a. Tra i 15 cfu e i 25 cfu nei SSD: L-FIL-LET/12; L-LIN/01; L-LIN/04; L-LIN/07; L-LIN/12; L-LIN/14; L-LIN/21; L-OR/07; L-OR/12; L-OR/21; L-OR/22; L-FIL-LET/04; M-FIL/05

b. Tra i 35 cfu e i 45 nei SSD: L-LIN/03; L-LIN/05; L-LIN/06; L-LIN/10; L-LIN/11; L-LIN/13; L-LIN/21; L-OR/07; L-OR/12; L-OR/21; L-OR/22; L-OR/23; L-FIL-LET/09; L-FIL-LET/10; L-FIL-LET/11; L-FIL-LET/14; L-FIL-LET/15; L-ART/01; L-ART/02; L-ART/03; L-ART/04; L-ART/05; L-ART/06; L-ART/07; M-STO/01; M-STO/02; M-STO/03; M-STO/04; M-STO/05; M-STO/08; SPS/02; SPS/03; SPS/04; SPS/05; SPS/06; SPS/07; SPS/08; SPS/09; SPS/10; M-DEA/01; M-GGR/01; M-GGR/02; M-PSI/01; M-PSI/05; M-PSI/06; M-PED/01; IUS/01; IUS/04; IUS/09; IUS/13; IUS/14; M-FIL/01; M-FIL/02; M-FIL/03; M-FIL/04; M-FIL/05; M-FIL/06; INF/01; ING-INF/05.

La padronanza della lingua italiana, la conoscenza della lingua inglese o di altre lingue straniere sono verificate anche in sede di colloquio di ammissione.

Caratteristiche della prova finale (DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale che consente il conseguimento della laurea magistrale consiste nella elaborazione e discussione di una tesi scritta o di una produzione multimediale (CD-Rom, audiovisivo ecc.), elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore. La tesi o la produzione multimediale potrà essere svolta in uno degli insegnamenti inclusi nell'offerta formativa e di cui lo studente abbia sostenuto l'esame, potrà essere anche un approfondimento analitico e teorico di un'esperienza di tirocinio, stage o laboratorio, dovrà essere coerente con le finalità del Corso di laurea e proporrà uno studio documentato e approfondito del tema prescelto.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**Esperto di comunicazione negli ambiti dell'informazione, dell'editoria, delle strategie comunicative di aziende ed enti profit e no-profit****funzione in un contesto di lavoro:**

I laureati in Comunicazione, informazione, editoria svolgono attività professionali qualificate, con funzioni di responsabilità, gestione e progettualità delle attività di comunicazione interna ed esterna di enti, istituzioni, imprese. Progettano contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, svolgono attività redazionali e realizzano prodotti per l'informazione, l'editoria, i media. Lavorano in uffici stampa e uffici comunicazione, con capacità di muoversi in modo autonomo e di affrontare responsabilità crescenti.

competenze associate alla funzione:

Il laureato ha competenze linguistiche e una sicura padronanza delle tecniche retoriche e di scrittura nei diversi ambiti della comunicazione. Affronta criticamente il reperimento e la gestione delle informazioni, consapevole dei risvolti psicologici, sociali, giuridici, economici del processo comunicativo. Può svolgere indagini per rilevare e rielaborare dati. Ha competenze in ambito informatico e dei nuovi media. Ha autonomia di giudizio, senso critico, capacità di lavorare in gruppo e attitudine al problem solving.

sbocchi professionali:

I laureati avranno accesso a: uffici comunicazione; uffici e agenzie di stampa; uffici di relazioni pubbliche (URP) della Pubblica Amministrazione; agenzie di pubblicità; agenzie di promozione e sponsorizzazione di turismo, eventi, mostre e attività culturali di varia natura; redazioni e servizi editoriali; collaborazione e praticantato presso quotidiani, periodici, radio, televisioni (naturalmente il Corso non dà accesso alla professione di giornalista, che dipende da regole proprie di inserimento e dall'appartenenza a un Ordine professionale specifico); istituti di ricerca sociologica e di analisi territoriale. Avranno inoltre accesso ai seguenti ruoli professionali non previsti dalla classificazione ISTAT:

redattore di pubblicazioni on line; gestore di servizi informativi on line; progettista di sistemi informativi multimediali on line; esperto di marketing dei sistemi informativi off line e on line; responsabile linee editoriali di case editrici.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
- Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
- Revisori di testi - (2.5.4.4.2)

Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione**Area delle 'Dinamiche dell'interazione linguistica'****Conoscenza e comprensione**

L'area delle 'Dinamiche dell'interazione linguistica' comprende gli insegnamenti: Discorso e pubblico (15 cfu L-LIN/12 e M-FIL/05 1° anno) e Linguistica e psicologia dell'interazione (10 cfu L-LIN/01 + M-PSI/05 1° anno).

Impartiti tutti nel primo anno di corso, gli insegnamenti dell'area forniscono allo studente:

approfondite conoscenze linguistiche e del loro significato nel contesto comunicativo;

una sicura padronanza delle tecniche retoriche e di scrittura;

consapevolezza dell'intersezione tra retorica e pragmatica;

conoscenza della dimensione semiotica e in particolare narratologica dei discorsi;

capacità di comprensione, anche psicologica, degli interlocutori;

capacità di comprensione dei processi comunicativi in diversi contesti, con particolare attenzione alle dinamiche caratteristiche della comunicazione persuasiva.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di:

applicare le conoscenze linguistiche, metalinguistiche e retoriche a diversi contesti comunicativi;

analizzare, fare la revisione e procedere alla redazione di testi adatti ai diversi contesti, in funzione dei destinatari e degli scopi prefissati;

valutare l'efficacia della comunicazione e delle strategie impiegate .

Area Socio-culturale**Conoscenza e comprensione**

L'area 'Socio-culturale' comprende gli insegnamenti: Sociologia della comunicazione e dei consumi (10 cfu -SPS/07 - SPS/08 1°anno); Letteratura e cultura per la comunicazione e l'editoria (10 cfu L-FIL-LET/11 - L-LIN/10 2° anno); Sociologia dell'organizzazione LM (5 cfu SPS/09 2° anno); Teoria e prassi teatrale (5cfu L-ART/05 2°anno).

Gli insegnamenti dell'area Socio-culturale forniscono allo studente:

conoscenze relative al contesto sociale e culturale in cui si svolgono i processi comunicativi;

conoscenze relative all'analisi dei linguaggi della società di massa, in rapporto al contesto storico;

la capacità di comprendere:

le matrici rituali della comunicazione;

le trasformazioni sociali, culturali ed economiche del mondo contemporaneo attraverso l'analisi del cambiamento delle pratiche e dei modelli di consumo.

In funzione dell'indirizzo scelto, nella seconda annualità, lo studente può ampliare lo spettro dei linguaggi di massa (L-ART/05) o approfondire gli aspetti organizzativi della vita sociale (SPS/09).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato avrà acquisito capacità di :
svolgere indagini, rilevare e rielaborare i dati che caratterizzano l'analisi sociologica;
strutturare questionari per inchieste;
riconoscere le strategie retoriche che accomunano letteratura e pubblicità;
comprendere le relazioni che legano il contesto storico-culturale ai linguaggi di massa.

Area dei Linguaggi multimediali

Conoscenza e comprensione

L'area dei Linguaggi multimediali comprende gli insegnamenti:
Teorie e tecniche dell'informazione (5 cfu SPS/08 1° anno); Teorie e tecniche del linguaggio visuale (10 cfu L-ART/06 1° anno); Informatica, media digitali, società delle reti (10 cfu INF/01 SPS/08 2°anno); Teorie e tecniche dell'infografica (5cfu M-GGR/02 2° anno).
I primi tre sono obbligatori, l'ultimo caratterizza l'indirizzo Editoria.

L'area fornisce competenze critico-analitiche relative a:
il campo giornalistico (stampa, radio, televisione, internet)
gli strumenti di analisi testuale del testo giornalistico;
elementi di analisi critica delle relazioni fra newsmaking e sfera pubblica;
lo scenario mediale contemporaneo;
le culture di rete e digitali e sui processi di innovazione in atto nel campo delle comunicazioni;
le dimensioni sociali e comunicative dei social network e dei locative media (in mobilità, interconnessi e geolocalizzati) intesi come nuovo macrosistema tecnologico;
il linguaggio audiovisivo, con un particolare fuoco sul cinema e sulla televisione;
il linguaggio filmico nella visualità contemporanea e nel rapporto con diversi sistemi espressivi e forme della visualità novecentesche;
la neo-televisione, la convergenza di linguaggi e piattaforme tecnologiche eterogenee;
le rappresentazioni geografiche, cartografiche e l'infografica dei media

Le conoscenze teoriche e metodologiche riguardano in particolare:
internet come campo etnografico;
le tecniche di big data analysis usate nel campo dell'analisi sociale e di mercato;
l'organizzazione e la rappresentazione dell'informazione, con particolare attenzione alle basi di dati e al Web;
il dibattito teorico sul cinema e alcune categorie di estetica dell'immagine;
l'infografica e, nello specifico, la cartografia quale operatore simbolico in grado di incidere sulla conoscenza della "spazialità".

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di utilizzare le conoscenze e gli strumenti metodologici per:
interrogare e progettare basi di dati;
cercare informazioni in rete e valutarle criticamente;
servirsi di analisi di dati relativi ai sistemi medialia;
analizzare e redigere articoli in funzione delle strategie di agenda setting;
costruire strumenti cartografici;
interpretare l'uso dell'infografica nei media

Area Economico-giuridica

Conoscenza e comprensione

L'area Economico-giuridica comprende gli insegnamenti: Strategie economiche della promozione editoriale (5 cfu SPS/08 1° anno); Marketing e comunicazione pubblicitaria (10 cfu SECS-P/08 1° anno); Diritto editoriale (5 cfu IUS/09 1° anno) Diritto delle attività economiche (5 cfu IUS/09 2° anno).
Gli insegnamenti dell'area forniscono allo studente conoscenze e criteri per interagire con l'ambito dell'economia e del diritto, con specifico riferimento all'indirizzo prescelto.

Gli insegnamenti dell'indirizzo editoria forniscono conoscenze relative

al settore editoriale librario italiano, con riferimento alla struttura distributiva e dei canali commerciali di vendita, tecniche di ideazione, produzione, promozione e marketing del prodotto editoriale (tradizionale e e-book);
alla sfera giuridica pubblicistica relativa al diritto editoriale e delle relative principali problematiche connesse all'impiego delle nuove forme di linguaggio tecnologico.

Gli insegnamenti dell'indirizzo comunicazione forniscono conoscenze relative

all'attività pubblicitaria sia come strumento della comunicazione d'impresa, sia come fenomeno linguistico e socio-culturale;
a temi di marketing strategico e operativo con un taglio sia teorico che pratico;
alla sfera giuridica che riguarda la pubblicità e la comunicazione di impresa.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di utilizzare le conoscenze e gli strumenti metodologici acquisiti per inserirsi nel contesto professionale del settore editoriale, nell'ambito della distribuzione, della promozione e della produzione;
tenere conto della dimensione giuridica dell'informazione e dell'editoria;
gestire diversi aspetti della pratica professionale dell'attività pubblicitaria e delle strategie di marketing;
tenere conto della dimensione giuridica della pubblicità e della comunicazione di impresa.

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

Attività caratterizzanti

| ambito: Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi | | CFU | |
|---|---|------------|------------|
| intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito | | 30 | 45 |
| Gruppo | Settore | min | max |
| C11 | INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni | 5 | 10 |
| C12 | L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/12 Linguistica italiana L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro | 25 | 35 |

| ambito: Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione | | CFU | |
|--|---|------------|------------|
| intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito | | 15 | 20 |
| Gruppo | Settore | min | max |
| C21 | L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica | 5 | 10 |
| C22 | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | 10 | 10 |

| ambito: Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali | | CFU | |
|---|--|------------|------------|
| intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito | | 10 | 20 |
| Gruppo | Settore | min | max |
| C31 | IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-GGR/02 Geografia economico-politica M-STO/04 Storia contemporanea SPS/07 Sociologia generale | 10 | 20 |

| | | |
|---|----|--|
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48: | 60 | |
|---|----|--|

| | |
|--|---------|
| Totale Attività Caratterizzanti | 60 - 85 |
|--|---------|

Attività affini

| ambito disciplinare | settore | CFU | | minimo da D.M. per l'ambito |
|---|--|-----|-----|-----------------------------|
| | | min | max | |
| Attività formative affini o integrative | INF/01 - Informatica ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/14 - Diritto dell'unione europea L-ART/05 - Discipline dello spettacolo L-ART/07 - Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/11 - Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate L-LIN/03 - Letteratura francese L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/05 - Letteratura spagnola L-LIN/06 - Lingua e letterature ispano-americane L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/10 - Letteratura inglese L-LIN/11 - Lingue e letterature anglo-americane L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/13 - Letteratura tedesca L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca L-LIN/21 - Slavistica M-DEA/01 - Discipline demotnoantropologiche M-GGR/02 - Geografia economico-politica M-STO/04 - Storia contemporanea M-STO/08 - Archivistica, bibliografia e biblioteconomia SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro | 15 | 30 | 12 |

| | |
|-------------------------------|---------|
| Totale Attività Affini | 15 - 30 |
|-------------------------------|---------|

Altre attività

| ambito disciplinare | CFU min | CFU max |
|---|---|---------|
| A scelta dello studente | 10 | 10 |
| Per la prova finale | 10 | 10 |
| Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d) | Ulteriori conoscenze linguistiche | - |
| | Abilità informatiche e telematiche | - |
| | Tirocini formativi e di orientamento | 5 |
| | Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro | - |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d | | 5 |
| Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali | 5 | 5 |

| | |
|------------------------------|---------|
| Totale Altre Attività | 30 - 30 |
|------------------------------|---------|

Riepilogo CFU

| | |
|---|------------|
| CFU totali per il conseguimento del titolo | 120 |
| Range CFU totali del corso | 105 - 145 |

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(INF/01 ING-INF/05 IUS/14 L-ART/07 L-FIL-LET/11 L-LIN/12 M-DEA/01 M-GGR/02 M-STO/04 SECS-P/06 SECS-P/08 SPS/08 SPS/09)

I settori affini sono stati specificamente scelti allo scopo di rendere possibili due piani di studio consigliati parzialmente diversi tra loro che diano accesso a conoscenze e professioni distinte. In particolare per il percorso editoriale si è deciso di rendere possibile l'approfondimento di lingue e letterature, insieme con altri insegnamenti pertinenti (M-STO/04, declinato come storia del giornalismo; M-STO/08, declinato come storia del libro e dell'editoria; L-ART/07, SPS/08, M-DEA/01). Viceversa, per il percorso in comunicazione e informazione si è deciso di lasciare un ampio spettro di possibilità di scelta tra discipline professionalizzanti tra cui ING-INF/05, M-GGR/02 (declinato

come studio dei sistemi infografici), SECS-P/06, SECS-P/08, SPS/09, IUS/14.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

Il Senato Accademico, nella seduta del 29.11.2010, ha approvato le linee guida d'Ateneo per la programmazione didattica 2011/12 tra le quali vi è la previsione di mantenere i moduli di insegnamento pari a 5 cfu nelle attività formative di base e caratterizzanti nei corsi di studio della Facoltà di Scienze umanistiche e di Scienze della formazione.

RAD chiuso il 14/06/2013