

Sbocchi professionali

I laureati in Scienze della comunicazione svolgeranno attività professionali in qualità di autori, operatori, esperti, analisti della comunicazione con riferimento all'ideazione e alla realizzazione di testi, prodotti ed eventi comunicativi e alle funzioni di comunicazione interna ed esterna di organizzazioni pubbliche, private e non profit. Tra i principali profili professionali che emergono dal percorso formativo del corso di laurea, si segnalano:

- *Addetto alle relazioni con il pubblico*
- *Addetto ufficio stampa*
- *Giornalista (della carta stampata, dei media audiovisivi, dei media on line)*
- *Comunicatore d'impresa*
- *Organizzatore di eventi*
- *Redattore editoriale*
- *Redattore di testi per il cinema, la radio e la televisione*
- *Operatore della comunicazione audiovisiva*
- *Creatore e redattore di testi pubblicitari*
- *Media educator*

Requisiti di ammissione

Per l'ammissione al Corso di laurea in Scienze della Comunicazione è richiesto il possesso delle conoscenze acquisibili negli istituti di istruzione secondaria di secondo grado di durata quinquennale o di titolo estero equipollente.

Gli studenti iscritti al 1° anno sosterranno il test di verifica iniziale obbligatorio ma non selettivo, comune a tutti gli studenti immatricolati dell'Ateneo, volto ad accertare la conoscenza della lingua inglese.

L'insegnamento delle lingue presso l'Università degli Studi del Molise è articolato secondo i livelli di competenze riconosciuti e descritti nel Quadro Comune Europeo di Riferimento. In particolare, la prova di ingresso per la lingua inglese (*placement test*) stabilirà la competenza degli studenti rispetto al livello elementare (A1 e A2). In base all'esito del test, gli studenti saranno indirizzati a frequentare un corso di lingua inglese mediante il quale compensare le eventuali carenze di base, oppure potranno accedere al corso di preparazione per acquisire il livello B1. Una procedura analoga sarà seguita anche per la seconda lingua scelta dallo studente (Per ulteriori informazioni si rinvia alla Guida per lo studente di Scienze della Comunicazione).

Inoltre, per gli studenti immatricolati al Corso di laurea è previsto un test di ingresso volto ad accertare la conoscenza della lingua italiana, strumento essenziale per chi intenda operare nel settore della comunicazione. Qualora dalla prova d'ingresso risultasse una conoscenza non del tutto adeguata, lo studente seguirà un corso - a carattere laboratoriale - finalizzato a consolidare e potenziare le conoscenze e le abilità pratiche utili alla lettura e comprensione di saggi scientifici e alla stesura di testi scritti.

Gli studenti saranno informati sul luogo, sugli orari e sulle modalità di svolgimento dei test d'ingresso e del corso di abilità linguistiche mediante il sito web del Corso di laurea.

Durata normale del corso: 3 anni

Frequenza: consigliata.

Sede del corso: Campobasso

Iscrizione: i termini di scadenza per le iscrizioni sono fissati al 20 Settembre 2011.

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE

Facoltà di Scienze Umane e Sociali

Via De Sanctis – II Edificio Polifunzionale

86100 CAMPOBASSO

Tel. 0874 404362 - 404393

Presidente del Corso di Studi:

Prof. Fabio Ferrucci

Tel. 0874 404472

E-mail: ferrucci@unimol.it

Vice presidente del Corso di Studi:

Prof. Lorenzo Scillitani

Tel. 0874 404407

E-mail: lorenzo.scillitani@unimol.it



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DEL MOLISE



FACOLTÀ DI SCIENZE
UMANE E SOCIALI

CORSO DI LAUREA
SCIENZE DELLA
COMUNICAZIONE

CAMPOBASSO

Obiettivi formativi

Il Corso di Laurea in Scienze della comunicazione fornisce ai laureati gli strumenti teorici, metodologici e tecnici di una formazione di base e professionale nelle diverse discipline e settori della comunicazione.

I laureati in Scienze della Comunicazione disporranno di:

- conoscenze e capacità di analisi dei contesti socio-economici, politici e culturali che influenzano i processi di comunicazione sociale e il funzionamento delle organizzazioni comunicative nella società contemporanea, con particolare riferimento alla legislazione e alle politiche dell'informazione e della comunicazione;
- conoscenze e capacità di analisi delle strutture e dei processi della comunicazione nelle loro diverse forme e livelli, dalla comunicazione interpersonale faccia a faccia fino ai sistemi complessi della comunicazione mediata;
- conoscenze e capacità di uso efficace della lingua italiana e di due lingue dell'Unione Europea, in forma orale e scritta, anche con riferimento ai linguaggi settoriali e specialistici propri delle professioni della comunicazione;
- conoscenze e capacità di analisi delle logiche, delle forme organizzative, dei linguaggi dei diversi media: stampa, cinema, radio, televisione, nuovi media informatici;
- conoscenze e capacità di analisi delle problematiche relative ai diversi campi applicativi della comunicazione pubblica, politica, d'impresa, pubblicitaria;
- competenze e abilità di gestione delle relazioni con il pubblico (utenti, clienti, cittadini) nelle organizzazioni e amministrazioni pubbliche, private e non profit;
- competenze e abilità di base necessarie alla ideazione e realizzazione di testi e prodotti relativi a:
 - comunicazione giornalistica (della carta stampata, dei media audiovisivi, dei nuovi media on line)
 - prodotti di intrattenimento e fiction (copioni, sceneggiature, format, etc)
 - prodotti pubblicitari
 - prodotti per la media education

Piano di studio

INSEGNAMENTI	CFU	INSEGNAMENTI	CFU
I ANNO		III ANNO	
Metodologia delle scienze sociali	9	Diritti dell'uomo e globalizzazione	9
Sociologia dei processi culturali	9	Organizzazione aziendale	6
Sociologia della comunicazione	9	Storia dell'arte contemporanea	6
Linguistica generale	9		
Storia contemporanea	9	Un esame a scelta tra:	
Filosofia della comunicazione e del linguaggio	9	<i>Comunicazione politica</i>	6
Informatica (ECDL + Informatica per il web)	6	<i>Comunicazione pubblica</i>	
		<i>Comunicazione pubblicitaria</i>	
II ANNO			
Filosofia politica	9	Un esame a scelta tra:	
Psicologia delle comunicazioni sociali	9	<i>Lingua francese (livello A2)</i>	
Sociologia delle comunicazioni di massa	9	<i>Lingua spagnola (livello B1)</i>	6
Istituzioni di diritto pubblico e diritto della comunicazione	9	<i>Lingua tedesca (livello A2)</i>	
Politica economica	6		
Economia e gestione della comunicazione aziendale	6	Tre laboratori a scelta tra:	
Lingua inglese (livello B1)	6	<i>Laboratorio di costruzione del messaggio pubblicitario</i>	
		<i>Laboratorio di scrittura giornalistica</i>	
Un esame a scelta tra:		<i>Laboratorio di scrittura di fiction televisiva</i>	
<i>Teoria e tecniche della comunicazione giornalistica</i>		<i>Laboratorio di analisi dei linguaggi audiovisivi</i>	
<i>Teoria e tecniche della comunicazione radiotelevisiva</i>	6	<i>Laboratorio di costruzione della notizia</i>	9
<i>Teoria e tecniche dei nuovi media</i>		<i>Laboratorio di media education</i>	
		<i>Laboratorio di e-learning</i>	
		<i>Laboratorio di editing</i>	
		<i>Laboratorio di comunicazione scientifica</i>	
		A scelta dello studente	12
		Prova finale	6