

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.

durata del corso: 3 anni

Iscrizioni : attraverso il portale dello studente dal 1 agosto al 15 ottobre 2014

eventuale numero programmato: numero massimo sostenibile, 300 studenti

frequenza: non obbligatoria

Sede del corso:
Via de Sanctis – Il Edificio Polifunzionale - Campobasso

Sito internet: www.unimol.it
e-mail: dipscienzeumanistiche@unimol.it

Presidente del corso:
Prof. Lorenzo Scillitani
e-mail lorenzo.scillitani@unimol.it

Segreteria Didattica:
Sig.ra Carla CENCI
Tel 0874 404393
e-mail: cenci@unimol.it

Referente disabilità e DSA
Prof. Fabio Ferrucci
e-mail: ferrucci@unimol.it

ANNO ACCADEMICO 2014 | 15

UNIVERSO DI TE



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE



DIPARTIMENTO DI
SCIENZE UMANISTICHE,
SOCIALI E DELLA FORMAZIONE
CORSO DI LAUREA
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
| CLASSE L – 20



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DEL MOLISE

DOVE?

Scienze della comunicazione è a Campobasso nella sede centrale dell'Università, a meno di 500 metri dal centro della città. Qui sono situate le aule, ma anche tutti i principali servizi dell'ateneo: biblioteca centrale, palazzetto dello sport, ufficio orientamento e tutorato, aule multimediali, mense e case dello studente. Insomma: tutto a portata di mano, ma con lo sguardo aperto sul mondo intero.

PERCHÉ?

Tutti dicono che viviamo nella società dell'informazione e della comunicazione. Oggi infatti non esiste attività o rapporto sociale che non implichi la comunicazione. I media si collocano al centro di ogni cambiamento.

Il corso di laurea forma gli esperti e i professionisti della comunicazione, cioè coloro che posseggono le conoscenze e le competenze per vivere questo cambiamento da protagonisti.

Il piano di studi non offre solo una formazione teorica, ma prevede numerosi insegnamenti con un taglio applicativo e laboratori per apprendere il "saper fare" della comunicazione: creare prodotti e testi, progettare campagne comunicative, realizzare eventi culturali e artistici, sviluppare le opportunità e le risorse delle tecnologie digitali e dei social media.

Ma perché vale la pena studiare proprio qui? Innanzitutto perché ci sono dei bravi professori; infatti il corso di laurea ha registrato tra le più alte valutazioni nella qualità della ricerca in Italia ed è tra i più apprezzati per la didattica da parte degli studenti. E anche perché è frequentato da molti studenti europei del programma Erasmus. E, ancora, perché è inserito in un campus che offre le migliori condizioni per studiare bene in un ambiente culturalmente vivace.

Per cosa?

Chi si laurea in Scienze della comunicazione può operare in numerosi campi e settori.

- L'ambito dell'industria dell'informazione e della cultura: stampa, radio, televisione, cinema, editoria, new media costituiscono lo sbocco privilegiato delle professioni comunicative.
- L'ambito economico-aziendale: gli esperti di comunicazione sono richiesti per il marketing, le relazioni esterne, la pubblicità e gli aspetti commerciali nazionali e internazionali.
- L'ambito sociale e politico: la comunicazione è aspetto essenziale delle amministrazioni pubbliche, delle organizzazioni non profit e dei soggetti politici.
- L'ambito turistico-culturale: non si può più immaginare una valorizzazione dei beni culturali che non abbia aspetti comunicativi e che non ricerchi una sostenibilità attraverso il turismo.

La laurea triennale forma una professionalità immediatamente spendibile in questi ambiti, ma prepara anche a studi superiori nell'ambito delle scienze della comunicazione e in altre discipline. I laureati potranno accedere, senza debiti formativi, alle lauree magistrali in scienze del turismo e in scienze politiche del nostro Ateneo e alle lauree magistrali in discipline comunicative dell'Università di Roma "Sapienza", Milano Cattolica, Bologna e Urbino.

PIANO DI STUDIO

INSEGNAMENTI	CFU
I ANNO	
Filosofia della comunicazione e del linguaggio	9
Linguistica generale	9
Sociologia dei processi culturali	9
Sociologia della comunicazione	9
Storia contemporanea	9
Metodologia delle scienze sociali	9
Informatica	3+3
Totale crediti I anno	60
II ANNO	
Filosofia politica	9
Sociologia dei media	6
Teoria e tecniche dei nuovi media	9
Organizzazione aziendale	9
Linguistica italiana	6
Istituzioni di diritto pubblico e diritto della comunicazione	9
Economia e gestione della comunicazione aziendale	6
Lingua inglese	3+3
Totale crediti II anno	60
III ANNO	
Diritti dell'uomo e globalizzazione	9
Storia dell'arte contemporanea	6
Media education e competenze digitali	6
Teoria e tecniche della ricerca sociale	6
Lingua tedesca (1 a scelta su 3)	3+3
Lingua francese (1 a scelta su 3)	
Lingua spagnola (1 a scelta su 3)	
Un laboratorio a scelta su 7 da 5 CFU	5+4
<i>Laboratorio di costruzione del messaggio pubblicitario (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di comunicazione visiva (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di scrittura giornalistica (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di scrittura di fiction televisiva (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di cura, progettazione e gestione delle arti contemporanee (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di editing (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di comunicazione scientifica (1 a scelta su 7 da 5 CFU)</i>	
Un laboratorio a scelta su 7 da 4 CFU	
<i>Laboratorio di linguaggi musicali (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di costruzione della notizia (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di organizzazione e gestione dell'ufficio stampa (2 a scelta su 14)</i>	
<i>Laboratorio di analisi dei consumi (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di comunicazione pubblica e politica (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di scrittura per il web (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
<i>Laboratorio di comunicazione giuridica (1 a scelta su 7 da 4 CFU)</i>	
A scelta dello studente	12
Prova finale	6
Totale crediti III anno	60
Totale crediti	180