



UNIVERSITÀ TELEMATICA
INTERNAZIONALE UNINETTUNO

CRIS



Scienze della Comunicazione

(Durata triennale , CFU 180, classe L-20)

Obiettivi specifici del Corso

Il corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione si prefigge l'obiettivo di formare laureati dotati di una solida preparazione culturale e di un'adeguata padronanza dei metodi di analisi, in uno scenario oggi in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi, della globalizzazione dei mercati e delle culture, dell'evoluzione delle professioni e delle dinamiche relazionali consentite da Internet.

Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

L'impianto generale del percorso di studi attinge a discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in un'ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi. Il percorso è infatti concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il corso di laurea consente di acquisire le competenze fondamentali nel campo delle scienze della comunicazione. Nel loro insieme, gli insegnamenti previsti nelle aree umanistica, sociologica, economica, informatica, psicologica, giuridica, linguistica e artistica forniscono conoscenze approfondite delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione, con particolare riferimento al digitale. Lo studente sviluppa la capacità di comprendere e interpretare criticamente le dinamiche che caratterizzano i processi e comunicativi e i prodotti mediali nell'attuale contesto storico e sociale. Il processo di apprendimento avviene con il supporto di adeguati materiali didattici e strumenti di verifica dell'apprendimento: per quanto riguarda i materiali didattici, ogni corso dispone di un numero adeguato di videolezioni frontali, di incontri interattivi sincronici (classi interattive attraverso la piattaforma skype for busines) e diacronici (forum) e di libri di testo e/o articoli scientifici; per quanto riguarda gli strumenti di verifica, gli incontri interattivi già citati e gli esercizi assumono una funzione di verifica in itinere, mentre la verifica finale avviene attraverso esami finali scritti e orali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Lo studente che completa con successo il corso di studi è in possesso di una matura capacità di interpretazione critica dei processi comunicativi e padroneggia le metodologie di analisi precise delle scienze sociali (qualitative e quantitative) applicate ai fenomeni della produzione e del consumo mediale nei campi dell'informazione, della comunicazione d'impresa, dell'arte, dello spettacolo, del turismo e della pubblicità. Il complesso degli insegnamenti nelle sue articolazioni disciplinari dota lo studente della capacità di operare concretamente negli ambiti professionali della comunicazione aziendale e istituzionale. La capacità di applicare le conoscenze è raggiunta anche attraverso attività didattiche laboratoriali e seminariali che implicano lo sviluppo di abilità comunicativo-espressive (verbali e tecnologiche) assimilabili a quelle richieste in ambito professionale. Tali attività consentono al laureato di acquisire la capacità di ideare, editare, sviluppare, monitorare e gestire in chiave transmediale la varietà degli artefatti comunicativi, assistiti da tutor esperti dei relativi settori e da docenti provenienti dal mondo delle professioni.

In particolare, la capacità di applicare conoscenza e comprensione è verificata continuamente durante gli incontri interattivi (classi interattive, forum). Nelle discipline con più marcato carattere applicativo, ad esse si aggiungono esercitazioni mirate.

Applicazione concreta del processo di apprendimento è offerta anche dalle attività inserite nell'ambito dei workshop sulle professioni della comunicazione digitale (con particolare riferimento ai social media), affidati a figure di rilievo nel campo dell'innovazione tecnologica applicata alla comunicazione. Al termine dei workshop lo studente è in grado di elaborare in autonomia un project work che attraverso il metodo del "learning by doing" consente una sperimentazione dei contenuti appresi attiva e riferita a un caso reale. La partecipazione ai workshop garantisce quindi la capacità di applicare conoscenza e comprensione nel vasto mondo della comunicazione digitale. Gli esami scritti e orali garantiscono la verifica finale della capacità di applicare conoscenza e comprensione.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Durante il corso di studi lo studente sviluppa capacità critiche e di ragionamento autonomo rispetto alla criticità dei messaggi della comunicazione, ai suoi effetti sull'opinione pubblica e alle implicazioni psico-sociali dell'uso delle tecnologie digitali. Le modalità di insegnamento dialogico e interattivo dell'Ateneo garantiscono il pieno sviluppo delle potenzialità di tali competenze. In particolare, l'intero settore della didattica interattiva, l'uso sistematico delle classi interattive e dei forum, permette di sviluppare autonomia di giudizio. Infatti, nelle attività di didattica interattiva e nelle esercitazioni lo studente è spinto a esplicitare, illustrare e argomentare le proprie conoscenze e il proprio punto di vista. Inoltre lo sviluppo delle capacità di apprendimento autonomo e di elaborazione critica costituisce uno degli obiettivi specifici della prova finale.

Abilità comunicative (communication skills)

Al termine del percorso di studi lo studente è in grado di comunicare con chiarezza ed efficacia, sia in lingua italiana sia in inglese, anche attraverso l'utilizzo di supporti e tecnologie multimediali appropriate, i contenuti relativi agli ambiti della comunicazione in base alle specificità di quest'ultimi. Le abilità comunicative sono sviluppate anche attraverso le attività di didattica interattiva (classi interattive e forum), la frequenza di laboratori e dei workshop e lo svolgimento delle esercitazioni richieste nell'ambito dei singoli insegnamenti. Queste ultime prevedono la produzione di elaborati in forma testuale, visiva, audiovisiva e multimediali. Le attività di didattica interattiva implicano la capacità dello studente di trasferire efficacemente ad altri soggetti (docenti, tutor, studenti) e di condividere con essi le proprie conoscenze e le proprie idee. La stessa prova finale (nella sua fase di stesura e in particolare in quella di presentazione pubblica) costituisce una rilevante performance comunicativa che prevede l'utilizzo appropriato di strumenti verbali e tecnologici adeguati ed è pertinente rispetto agli obiettivi del percorso formativo.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Al termine del percorso di studi il laureato possiede capacità di apprendimento funzionali al proseguimento dell'avventura formativa in un corso di studi di livello superiore (laurea magistrale, master) nei vari settori della comunicazione: giornalismo e sistemi editoriali, advertising e comunicazione d'impresa, produzione multimediale, ecc.

Le attività di didattica interattiva già citate permettono di favorire lo sviluppo delle capacità di apprendimento, tale processo è monitorato costantemente dai docenti tutor. Le attività di apprendimento "in situazione" offerte nell'ambito dei laboratori e dei workshop consolidano ulteriormente la natura pratica e operativa del percorso di studi, spendibile in particolare nel contesto professionale.

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

Gli studenti che intendono iscriversi al corso di laurea devono essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di un altro titolo equipollente conseguito in Italia o all'estero. Non sono richieste conoscenze preliminari specifiche, fatte salve una un'adeguata capacità espressiva scritta e orale in lingua italiana, una buona cultura generale di base al fine e la predisposizione ad affrontare lo studio delle discipline in modo sistematico. È altresì necessaria una conoscenza di base della lingua inglese pari al livello A1 del Quadro comune europeo di riferimento per le lingue e dell'uso dei principali strumenti informatici. Quest'ultime verranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento

didattico del corso di studi, ove sono altresì indicati gli obblighi formativi aggiuntivi (OFA) e le relative modalità di recupero nel caso in cui i risultati della prova dovessero evidenziare carenze o lacune. Per quanto riguarda la conoscenza della lingua inglese, l'obiettivo è quello di garantire a studentesse e studenti, tramite la frequenza al corso di lingua e il superamento dell'esame finale, il raggiungimento di un livello intermedio pari al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per le lingue.

Caratteristiche della prova finale

Per completare il percorso formativo è richiesta allo studente la produzione e la discussione in seduta pubblica di un elaborato di ricerca originale che consenta di applicare le conoscenze acquisite nel corso degli studi. La prova finale consente allo studente di dimostrare il possesso di un'adeguata metodologia e di validi strumenti di analisi e capacità di elaborazione critica in riferimento a un caso di studio specifico. Lo studente elabora la prova finale in autonomia, tuttavia con la supervisione di uno o più relatori scelti individuati tra i docenti dell'ateneo. Il relatore assiste lo studente nella definizione dell'oggetto, nell'impostazione dello svolgimento e nella ricerca bibliografica e documentale delle fonti. L'elaborato può includere, oltre al testo, anche materiali multimediali (immagini, video, audio, oggetti digitali). La consegna dell'elaborato avviene secondo le modalità indicate dall'ateneo e costituisce un requisito obbligatorio per la discussione finale dello stesso. L'ammissione alla discussione della prova finale è subordinata al completamento da parte dello studente di tutti gli esami di profitto e le attività formative previste dal piano degli studi. L'elaborato viene valutato da una commissione d'esame riunita in sessione pubblica, durante la quale il candidato espone gli aspetti salienti dell'elaborato, anche utilizzando tecnologie e materiali multimediali, e risponde ad eventuali domande della commissione. La valutazione della prova finale è effettuata dalla commissione d'esame sulla base dell'originalità del contributo, della capacità del candidato di lavorare in autonomia, dell'adeguatezza delle metodologie applicate, dell'adeguatezza e completezza delle fonti utilizzate, della completezza ed efficacia dell'esposizione orale, dell'esautività e precisione delle risposte alle domande della commissione.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati (Decreti sulle Classi, Art. 3, comma 7)

I laureati potranno trovare impiego in organismi e aziende operanti nell'ambito creativo-produttivo, nei settori dedicati al marketing, al branding, alla pubblicità e al content management di società ed enti pubblici e privati. In particolare potranno essere occupati nell'industria dello spettacolo e dell'edutainment, editoriale, nel settore pubblicitario e di marketing, nelle aziende cinematografico-televisive e in generale nel settore dell'audiovisivo. Altri sbocchi professionali possono essere rappresentati da impieghi negli enti pubblici e nelle aziende private che si occupano di eventi e attività culturali.

Il corso prepara alle professioni di

- Redattore di contenuti per i media
- Redattore editoriale
- Realizzatore e autore di produzioni televisive
- Creatore e redattore di testi pubblicitari
- Esperto di comunicazione multimediale
- Addetto alle relazioni con il pubblico
- Operatore della comunicazione audiovisiva
- Brand content manager
- Social media manager
- Marketing specialist
- Content manager
- Organizzatore di eventi