

# Scienze della comunicazione

**Sede:** Reggio Emilia  
viale Antonio Allegri, 9

**Durata:** 3 anni

**Crediti Formativi:** 180

**Classe di Laurea:** L-20  
Scienze della comunicazione

**Titolo di studio richiesto:**

Diploma di Scuola Superiore.

**Accesso:** Accesso programmato

## PIANO DI STUDI

(Tra parentesi i CFU Crediti Formativi Universitari)

### Primo Anno

Introduzione alla linguistica (9)

Istituzioni di economia (6)

Lingua inglese A (6)

Psicologia generale (9)

Psicologia sociale (9)

Semiotica (9)

Sociologia generale (9)

### Secondo Anno

Analisi dei dati per la ricerca sociale (9)

Analisi linguistica per la comunicazione (6)

Il lingua straniera - a scelta tra francese e tedesco (3)

Lingua inglese B (6)

Tecnologia della comunicazione (9)

A scelta dello studente (12)

### Curriculum: Linguaggi dei media

Teorie della narrativa (6)

Sociologia della comunicazione (6)

Visual and media studies (9)

### Curriculum: Comunicazione d'impresa

Modelli di business (6)

Organizzazione e risorse umane (6)

Sociologia dell'innovazione (9)

### Terzo Anno

Diritto dell'informazione e della comunicazione (6)

Laboratorio di comunicazione multimediale (12)

Storia del tempo presente (9)

#Curriculum: Linguaggi dei media

Digital humanities (6)

Semiotica del cinema e dei media (9)

### Curriculum: Comunicazione d'impresa

Marketing e comunicazione (9)

Marketing e comunicazione (9)

Psicologia delle decisioni (6)

Tirocinio - altre attività (9)

Prova finale (6)

## Presentazione

La comunicazione e l'informazione hanno oggi un ruolo decisivo nelle prassi operative e strategiche di organizzazioni pubbliche e private. Per inserirsi in tali contesti professionali è necessario acquisire una conoscenza specializzata dei meccanismi che regolano i processi comunicativi, ed impadronirsi degli strumenti che servono per governarli. Il Corso di laurea in Scienze della comunicazione propone un percorso di studi teorici e pratici che mette gli studenti in grado di riconoscere le peculiarità delle tipologie di testi (scritti, visivi, audiovisivi, multimediali) che vengono prodotti con diverse tecniche e tecnologie comunicative, in particolare quelle legate ai cosiddetti "nuovi media". Particolare importanza rivestono quindi le attività laboratoriali indirizzate alla progettazione, all'allestimento pratico e alla gestione di forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni o istituzioni all'interno di articolate strategie comunicative o di marketing.

## Caratteristiche del corso

Il corso è ad accesso programmato. La graduatoria di ammissione sarà basata sul punteggio conseguito nel TOLC-SU. Per i dettagli si rimanda al bando di ammissione per l'anno accademico di riferimento, pubblicato sul sito di dipartimento [www.dce.unimore.it](http://www.dce.unimore.it). Uno spazio importante è dedicato allo sviluppo delle abilità comunicative nella prospettiva del loro uso in contesti reali di comunicazione pubblica e privata. In particolare, gli studenti maturano abilità connesse con attività di tipo redazionale, soprattutto in contesti di comunicazione multimediale, con la produzione di vari tipi di testi in ambiti culturali ed editoriali e con la gestione della comunicazione d'im-

presa.

Lo studio della psicologia, della sociologia, dell'informatica, della linguistica e della semiotica consente di acquisire le conoscenze teoriche basilari dei processi comunicativi, che vengono completate anche dall'introduzione di conoscenze di base di economia, statistica, ricerca sociale e diritto dell'informazione.

Alla preparazione teorica si affiancano due percorsi formativi. Nel primo percorso si approfondiscono i linguaggi dei media attraverso lo studio, dal punto di vista sociologico e semiotico, di cinema, televisione, web, nuove forme di narrazione e di comunicazione, con uno sguardo privilegiato alle cosiddette Digital Humanities. Il secondo percorso è dedicato alla comunicazione d'impresa, e affronta lo studio dei processi comunicativi delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna.

L'innovazione e l'aggiornamento costante dei contenuti degli insegnamenti sono accompagnati da scelte di metodologie didattiche di sostegno come ONELab: grazie a questo servizio le attività didattiche in aula sono arricchite dalla possibilità di accedere alla registrazione delle lezioni dopo la loro erogazione; il servizio prevede anche la disponibilità di un orario di ricevimento docenti online a integrazione di quello in presenza.

## Occasioni di studio all'estero

Il programma Erasmus+ per Studio permette agli studenti di trascorrere un periodo di studio presso università europee convenzionate. Il periodo può variare da tre a dodici mesi durante i quali lo studente può sostenere esami presso l'università straniera. Le sedi sono collocate prevalentemente nella Penisola iberica (Spagna e Portogallo), ma il Dipartimento ha partner Erasmus in



tutti i principali paesi europei (Francia, Germania, Penisola scandinava, Svizzera e Grecia).

### Proseguire gli studi

Il Dipartimento di Comunicazione ed economia offre tre corsi di laurea magistrale, di cui due in particolare concedono l'accesso diretto ai laureati nella classe L-20 (lauree in Scienze della comunicazione). Questi due corsi sono: Management e comunicazione d'impresa; Pubblicità, comunicazione digitale e creatività d'impresa. Per gli altri corsi di laurea è prevista una verifica individuale del possesso dei requisiti di accesso. Gli studenti che non possiedono tutti i requisiti per l'accesso al corso di laurea dovranno recuperare eventuali debiti formativi prima di poter effettuare l'iscrizione e di poter sostenere gli esami (ma potranno frequentare le lezioni anche prima di essere formalmente iscritti).

### Mondo del lavoro

Attraverso il Corso di laurea in Scienze della comunicazione si ac-

quisiscono competenze specifiche per diventare addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, esperti di multimedialità e di istruzione a distanza, professionisti nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie e di comunicazione, e per lavorare negli ambiti della comunicazione esterna (pubblicità, eventi, pubbliche relazioni) e interna delle aziende. Il profilo professionale del laureato in Scienze della comunicazione comprende anche ruoli di "imprenditore e manager della comunicazione" e figure professionali d'interfaccia, in grado di fare da collegamento tra differenti funzioni e/o tra differenti organizzazioni o tra le istituzioni e il pubblico.

### Vero o Falso?

È vero che se non supero gli esami del primo anno vado fuori corso? **FALSO** Nel nostro corso di laurea non ci sono sbarramenti e propeudeuticità. Consigliamo agli studenti di seguire l'ordine logico degli insegnamenti come progettato nel piano di studi, ma tutti possono scegliere liberamente quali esami sostenere tra quelli previsti per cia-

scun anno di corso.

È vero che la maggior parte degli esami è "a crocette"? **FALSO** È più probabile che questo accada negli esami del primo anno; in ogni caso nessun esame del nostro dipartimento è interamente a crocette.

I nostri corsi di studio sono poco professionalizzanti e dunque è difficile trovare lavoro dopo la laurea? **FALSO** Il nostro Dipartimento registra un livello di occupazione molto alto già dopo il conseguimento della laurea triennale (61,5% rispetto al 42% di media nazionale), considerando peraltro che molti studenti decidono poi di iscriversi ad un corso di laurea di II livello.

#### Presidente Corso di Laurea

prof.ssa Cinzia Bianchi  
tel. 0522 523120  
cinzia.bianchi@unimore.it

#### Delegato al tutorato

prof.ssa Cristina Guardiano  
tel. 0522 523230  
cristina.guardiano@unimore.it

[www.dce.unimore.it/L/SC](http://www.dce.unimore.it/L/SC)