

SCHEDA SUA-CDS

COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ

A4.a Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si pone l'obiettivo di formare giovani laureati con un'approfondita preparazione nel campo della comunicazione mediale, sia tradizionale che digitale, con particolare attenzione allo sviluppo di competenze creative e produttive.

Il progetto formativo, solido e allo stesso tempo flessibile, aderisce alla complessità e al dinamismo del mercato contemporaneo dei media e dello spettacolo.

Gli studenti vengono sollecitati a sviluppare e nutrire le proprie capacità creative attraverso lo studio approfondito dei linguaggi dei media tradizionali e digitali (televisione, cinema, stampa, pubblicità, radio, teatro, piattaforme, digital e social media), e ad una ricca e diversificata pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni.

Quest'ultima è prevista non solo nella proposta di insegnamenti opzionali, ma anche nell'offerta di corsi vincolati, e coinvolge nella docenza noti professionisti della comunicazione mediale e pubblicitaria.

"Sapere" e "saper fare" costituiscono i due poli attorno ai quali si articola un percorso didattico volto a formare e consolidare lo spirito critico, l'apertura mentale e l'intelligenza creativa, che permetterà al laureato di sviluppare un bagaglio di competenze capaci di consentirgli sia l'inserimento attivo in contesti professionali, sia la prosecuzione degli studi in percorsi di laurea magistrale.

Descrizione del percorso formativo:

Nel corso dei tre anni, vengono fornite allo studente le conoscenze di base dei linguaggi del cinema, del teatro, della radio, della pubblicità e della comunicazione digitale, insieme ad una solida conoscenza delle metodologie di analisi del linguaggio mediale di derivazione narratologica e semiotica, ed alla prospettiva sociologica dello studio dei media.

Viene approfondito lo studio del cinema da una prospettiva storica, estetica e di marketing, e viene affrontato lo studio del linguaggio televisivo, sia nella dimensione storica, sia in quella analitica di pubblico e generi. La preparazione teorica viene consolidata attraverso lo studio della storia contemporanea e della comunicazione politica.

Lo studio approfondito del linguaggio giornalistico va a completare le competenze degli studenti sullo scenario dei media tradizionali e digitali, mettendoli alla prova anche dal punto di vista laboratoriale; le conoscenze di base vengono irrobustite dallo studio dell'economia dei media e dall'acquisizione di

competenze pratiche di metodologia della ricerca sociale. Lo studio delle letterature comparate permette loro di affinare e approfondire l'acquisizione di una solida metodologia analitica dei testi mediali.

Lo studente aggiunge al proprio piano di studi degli insegnamenti opzionali, scelti tra l'ampia proposta di laboratori professionalizzanti, corsi teorici capaci di stimolare lo spirito critico e creativo, insegnamenti volti ad approfondire le pratiche e le competenze richieste da alcune delle principali professioni emergenti nel campo dei media e della comunicazione. Negli insegnamenti laboratoriali, allo studente è richiesto di sviluppare la propria capacità di lavoro in team mediante la realizzazione di progetti di gruppo e project work.

Nel corso delle tre annualità, lo studente acquisisce una crescente padronanza della lingua inglese, il cui insegnamento viene erogato in ciascuno dei tre anni. Il livello di preparazione finale è comparabile al B2 del CEFR. A partire dal secondo anno, lo studente inserirà nel proprio piano di studi lo studio di una ulteriore lingua straniera, a scelta tra francese, tedesco, russo, cinese, spagnolo.

Per rispondere alle esigenze di un mercato del lavoro in costante evoluzione e in linea con la necessità di una formazione accademica di ampio respiro, una quota degli insegnamenti opzionali è erogata in lingua inglese.