

SCHEDA SUA-CDS

TABELLA CORRISPONDENZA ATTIVITA' VINCOLATE E AREE DI APPRENDIMENTO

Corso di laurea in

COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITA'

Attività formative vincolate a.a.2025/2026	Scenari e contesti della comunicazione	Linguaggi dei media tradizionali, digitali e della pubblicità	Tecniche e metodologie di analisi della comunicazione mediale e pubblicitaria	Competenze linguistiche
<i>I anno</i>				
Analisi dei testi mediali			X	
Linguaggi del cinema		X		
Linguaggi della pubblicità		X		
Linguaggi del corpo e della voce <i>Teatro moderno e contemporaneo</i>		X		
Linguaggi del corpo e della voce <i>Comunicazione radiofonica</i>		X		
Linguaggi del web <i>Comunicazione digitale</i>		X		
Linguaggi del web <i>Laboratorio di social media</i>		X		
Sistemi informativi e trend digitali			X	
Sociologia dei media	X			
Laboratorio di scrittura per i media		X		

II anno – (immatricolati a.a.2024/2025)				
Psicologia della comunicazione audiovisiva			X	
Linguaggi della TV <i>Storia e modelli della TV</i>		X		
Linguaggi della TV <i>Analisi dei programmi televisivi</i>		X		
Linguaggi della TV <i>Analisi dei pubblici e degli ascolti televisivi</i>		X		
Storia e culture del cinema <i>Storia del cinema</i>		X		
Storia e culture del cinema <i>Estetica del cinema</i>		X		
Storia e culture del cinema <i>Marketing del cinema</i>		X		
Storia contemporanea	X			
Comunicazione pubblica e politica	X			
Lingua e cultura seconda lingua straniera				X
Professional English II				X
III anno (immatricolati a.a.2023/2024)				
Economia politica e dei media	X			
Letteratura e media		X		
Linguaggi del giornalismo <i>Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico</i>		X		

Linguaggi del giornalismo <i>Reportage televisivo</i>		X		
Linguaggi del giornalismo <i>Raccontare la cronaca nel web</i>		X		
Laboratorio di musica per i media		X		
Laboratorio di creatività pubblicitaria		X		
Metodologia e tecnica della ricerca sociale <i>Metodologia e tecnica della ricerca sociale</i>			X	
Metodologia e tecnica della ricerca sociale <i>Mercato e consumi</i>			X	
Metodologia e tecnica della ricerca sociale <i>Immagini e società</i>			X	
Professional English III				X

COMUNICAZIONE, MEDIA E PUBBLICITÀ A.A. 2025-2026

Quadro A4.b2 - Conoscenza e comprensione e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: dettaglio

SCENARI E CONTESTI DELLA COMUNICAZIONE

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per:</p> <p>Conoscere e comprendere le coordinate sociali e culturali in cui si inseriscono e si sviluppano i media tradizionali e digitali;</p> <p>Conoscere e comprendere il contesto storico contemporaneo in cui si collocano gli sviluppi e l'evoluzione del sistema dei media;</p> <p>Conoscere e comprendere gli elementi di base dell'economia dei media.</p> <p>Conoscere e comprendere gli scenari istituzionali e politici della contemporaneità e le relative dinamiche comunicative.</p>	<p>L'applicazione delle conoscenze raggruppate in quest'area disciplinare permette allo studente di acquisire conoscenze teoriche e sviluppare capacità analitiche e interpretative che consentono di inserire i fenomeni legati al mondo dei media in un'ampia e solida cornice storica, sociologica ed economica connessa alla contemporaneità, fornendo imprescindibili chiavi di lettura del presente anche attraverso lo studio approfondito delle dinamiche comunicative in ambito istituzionale e politico.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Comunicazione pubblica e politica- Economia politica e dei media- Sociologia dei media- Storia contemporanea

LINGUAGGI DEI MEDIA TRADIZIONALI, DIGITALI E DELLA PUBBLICITA'

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per:</p> <p>comprendere e interpretare i linguaggi specifici dei media tradizionali e digitali e della pubblicità; conoscere e comprendere i percorsi creativi legati alla produzione di contenuti comunicativi originali destinati ai media;</p> <p>conoscere e comprendere le dinamiche complesse di sviluppo delle industrie creative e dello spettacolo, ponendole in relazione alle esigenze dei propri pubblici di riferimento e ai propri obiettivi comunicativi e di profitto economico.</p>	<p>L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità creative e critiche che consentano di comprendere e interpretare i processi di comunicazione dei media, i contenuti comunicativi tipici di ciascuno di essi e di comprenderne a fondo le dinamiche creative.</p> <p>Gli insegnamenti centrati sull'analisi dei singoli media ne approfondiscono le radici storiche, sociali e culturali, mettendone in luce le dinamiche creative e comunicative.</p> <p>Gli insegnamenti laboratoriali forniscono allo studente la possibilità di mettere alla prova le competenze acquisite, tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo, esercitazioni, analisi di caso, con l'obiettivo di tradurre in concreta applicazione la strumentazione acquisita.</p> <p>Lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito del cinema, del teatro, della radio, della televisione, della musica, della stampa e dell'editoria, della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa contenuti per le attività di comunicazione delle industrie creative; redige ed elabora comunicati stampa; idea campagne di comunicazione; analizza con sicurezza testi audiovisivi; crea contenuti per i profili e i canali social delle industrie medial; gestisce i contenuti dei principali social media.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Linguaggi del corpo e della voce <ul style="list-style-type: none"> o <i>Teatro moderno e contemporaneo</i> o <i>Comunicazione radiofonica</i> - Linguaggi del web <ul style="list-style-type: none"> o <i>Comunicazione digitale</i> o <i>Laboratorio di social media</i> - Linguaggi della pubblicità - Linguaggi del cinema - Linguaggi della TV <ul style="list-style-type: none"> o <i>Storia e modelli della TV</i> o <i>Analisi dei programmi televisivi</i> o <i>Analisi dei pubblici e degli ascolti televisivi</i> - Storia e culture del cinema <ul style="list-style-type: none"> o <i>Storia del cinema</i> o <i>Estetica del cinema</i> o <i>Marketing del cinema</i> - Linguaggi del giornalismo <ul style="list-style-type: none"> o <i>Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico</i> o <i>Reportage televisivo</i> o <i>Raccontare la cronaca nel web</i> - Letteratura e media - Laboratorio di musica per i media - Laboratorio di creatività pubblicitaria

TECNICHE E METODOLOGIE DI ANALISI DELLA COMUNICAZIONE MEDIALE E PUBBLICITARIA

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
<p>Gli insegnamenti raggruppati in quest'area consentono agli studenti di acquisire le competenze necessarie per:</p> <p>Conoscere e comprendere le principali metodologie di ricerca qualitative e quantitative, riferite all'ambito dei media e della pubblicità sia in termini di analisi dei contenuti, sia in termini di analisi dei pubblici di riferimento;</p> <p>Conoscere e comprendere le dinamiche psicologiche alla base dei consumi mediali, attraverso specifiche modalità di ricerca applicata ai media tradizionali e digitali e alla pubblicità;</p> <p>Conoscere e comprendere gli strumenti teorici e le tecniche dell'analisi testuale, narratologica e semiotica dei contenuti dei media e della pubblicità.</p>	<p>L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità analitiche e metodologiche che permettono di individuare e interpretare i fenomeni qualitativi e quantitativi legati al consumo dei media da parte di pubblici diversi, e di analizzare correttamente i contenuti dei singoli media e della comunicazione pubblicitaria, per comprenderne a fondo le dinamiche creative. Gli insegnamenti centrati sulle metodologie della ricerca sociale e psicologica forniscono solide basi teoriche e applicative per l'analisi della ricezione dei testi mediali su pubblici e individui. Gli insegnamenti basati sull'analisi dei trend digitali forniscono allo studente le capacità di analizzare le dinamiche di sviluppo, i contenuti e i pubblici dei media digitali. Tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo, esercitazioni, analisi di caso, lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito delle metodologie della ricerca sociale qualitativa e quantitativa applicata ai pubblici dei media tradizionali e digitali, comprende gli scenari socioculturali di sviluppo del mercato dei media, individuandone i principali trend di sviluppo; interpreta le dinamiche di consumo dei media e le pratiche di consumo e lettura del contesto; analizza i testi comunicativi mediali della contemporaneità mediante tecniche quantitative e qualitative; applica i principi della psicologia alla lettura dei comportamenti del consumatore mediale; interpreta le tendenze principali nell'ambito dei social media; predispone contenuti adeguati ai diversi media tradizionali e digitali.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemi informativi e trend digitali - Analisi dei testi mediali - Psicologia della comunicazione audiovisiva - Metodologia e tecnica della ricerca sociale <ul style="list-style-type: none"> o <i>Metodologia e tecnica della ricerca sociale</i> o <i>Mercato e consumi</i> o <i>Immagini e società</i>

COMPETENZE LINGUISTICHE

Conoscenza e comprensione	Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Attività formative
A questa area appartengono gli insegnamenti che sviluppano conoscenze linguistiche, complementari a quelle delle altre tre aree e che arricchiscono il bagaglio delle abilità dei futuri laureati di interagire in contesti internazionali. La conoscenza delle lingue viene concentrata sulla lingua inglese, con tre insegnamenti, uno per ciascun anno di corso, a cui si aggiunge un corso che introduce a una seconda lingua straniera.	Per la lingua inglese, lo studente dovrà essere in grado di scrivere, comprendere ed esprimersi in modo sicuro e articolato. Per la seconda lingua straniera, l'obiettivo è invece di permettere allo studente di conoscere e comprendere la lingua e la cultura di un diverso contesto socio-geografico.	<ul style="list-style-type: none">- Professional English II- Professional English III- Lingua e cultura seconda lingua straniera