



COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITÀ L-20

ATENEO: MERCATORUM

AMBITO: COMUNICAZIONE

CLASSE: L-20

TIPO DI LAUREA: TRIENNALE

DURATA: 3 ANNI

CFU: 180

PREVISTI PIÙ PIANI DI STUDIO:

Statutario

**Comunicazione e giornalismo con RCS Academy - Corriere della
Sera**

PIANO DI STUDI - STATUARIO

Ann o	Insegnamento	SSD	CF U
1	Semiotica Generale	M-FIL/05	9
1	Storia Contemporanea	M-STO/04	6
1	Metodologia della ricerca nella società digitale	SPS/07	12
1	Sociologia della comunicazione	SPS/08	12
1	Semiotica dei Media	L-ART/06	9
1	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale	SECS-P/1 0	6
1	Abilità informatiche e telematiche	INF/01	3
2	Processi economici e produttivi delle Media Company	SPS/09	6
2	Search Engine Optimization	ING-INF/0 5	9

2	Tecniche della rappresentazione digitale	ICAR/17	9
2	Arti visuali e nuove tecnologie rappresentative	L-ART/04	9
2	Tecnologie digitali e processi cognitivi	M-PED/04	12
2	Narratologia e storytelling	L-FIL-LET/ 14	9
2	Community management	M-PSI/07	9
3	Audiovisivi digitali	L-ART/06	9
3	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	SECS-P/0 8	9
3	Digital and Social Media Management	SPS/08	9
3	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	IUS/09	9
3	Insegnamento a scelta		12
3	Ulteriori conoscenze linguistiche		3

3	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
---	--	---

3	Prova Finale	6
---	--------------	---

**PIANO DI STUDI COMUNICAZIONE E GIORNALISMO CON RCS
ACADEMY - CORRIERE DELLA SERA**

Ann o	Insegnamento	SS D	CF U
1	Semiotica generale		9
1	Storia Contemporanea		6
1	Metodologia della ricerca nella società digitale		12
1	Sociologia della comunicazione		12
1	Semiotica dei Media		9
1	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale		6

1	Abilità informatiche e telematiche	3
2	Processi economici e produttivi delle Media Company	6
2	Search Engine Optimization	9
2	Tecniche della rappresentazione digitale	9
2	Arti visuali e nuove tecnologie rappresentative	9
2	Tecnologie digitali e processi cognitivi	12
2	Narratologia e storytelling	9
2	Community management	9
3	Audiovisivi digitali	9
3	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	9
3	Digital and Social Media Management	9

3	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	9
3	Insegnamento a scelta	12
3	Ulteriori conoscenze linguistiche	3
3	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
3	Prova Finale	6

Competenze e Sbocchi lavorativi

Il corso di laurea si prefigge l'obiettivo di formare laureati dotati di una solida preparazione culturale e di un'adeguata padronanza dei metodi di analisi precipui delle scienze della comunicazione, 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.

Equilibrio fra saperi teorici e saperi "pratici" L'impianto generale del percorso di studi attinge da discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi. Il percorso è concepito sulla base di un equilibrio fra

discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Le discipline teoriche permettono di acquisire strumenti di analisi e di contestualizzazione dei fenomeni storici, sociali e culturali attinenti ai molteplici linguaggi e prodotti della comunicazione. Una parte rilevante dell'offerta formativa sarà dedicata all'analisi del mutamento indotto dalla digitalizzazione e dalle sue conseguenze sull'assetto complessivo dei media e dei processi comunicativi in tutti i settori. Le discipline con una più spiccata dimensione tecnico-operativa renderanno gli studenti capaci di sviluppare competenze pratiche e creative nei vari campi della comunicazione.

Sbocchi Occupazionali

- Responsabile della comunicazione
- Digital Media Strategist