

Informazioni generali



Università	Università degli Studi di SIENA
Nome del corso in italiano	Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1626990</i>)
Nome del corso in inglese	Communication sciences
Classe	L-20 R - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
URL del corso	https://scienze-comunicazione.unisi.it
Modalità di erogazione	a. Corso di studio convenzionale
Riepilogo Caratteristiche Cds	🌐 1° anno in SUA: 2013

Programmazione Accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

Sede del Corso

Sede	SIENA Via Roma, 56 53100 (Cod.052032)
Codice interno all'Ateneo del Corso	D591^00^052032
Utenza sostenibile	94

Scheda SUA - Date creazione e
aggiornamenti

Data di istituzione del corso

da determinare

**Data Ultimo aggiornamento
Scheda SUA**

18/02/2025 09:53

Data Ultimo aggiornamento RAD

07/11/2024 14:28

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS

SPARTI Davide

Organo Collegiale di gestione del corso di studio

Comitato per la Didattica

Struttura didattica di riferimento

Scienze Sociali, Politiche e Cognitive
(Dipartimento Legge 240)

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento

DOCENTI DI RIFERIMENTO

CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUANTITÀ INSEGNAMENTI ASSOCIATI
BRNSLV 72H68I7 26B	BRANDANI	Silvia	GIUR- 01/A	12/GIUR -01	1 A
OLBLCU8 8B12C74 4N	CILIBRASCI	Luca	ANGL- 01/C	10/ANGL -01	1 A
INCLSN 61P20G 713X	INNOCENTI	Alessandro	ECON- 02/A	13/ECON -02	1 O
MARNFNC 77R12G 148T	MARANGONI	Francesco	GSPS- 02/A	14/GSPS -02	1 O
EMSFNC 80M10I7	OLMASTRONI	Francesco	GSPS- 02/A	14/GSPS -02	1 A

26G					
ØLMPLA 64D62D 763R	PALMITE STA	Paola	STAT- 01/A	13/STAT -01	P A
ØRTL5N6 6L29H50 1I	PRATO	Alessand ro	PHIL- 04/B	11/PHIL- 04	P A
ØGERSL7 2L56H50 1W	REGA	Rossella	GSPS- 06/A	14/GSPS -06	P A
9PRDVD 61E21H 501U	SPARTI	Davide	GSPS- 06/A	14/GSPS -06	P O

 Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

Figure specialistiche aggiuntive			
COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZI ONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor			
Nessuna Tipologia			
COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
SPARTI	Davide		Docente di ruolo

--	--

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BATTENTE	SAVERIO LUIGI
CILIBRASI	LUCA
MORI	LORENZO
REGA	ROSSELLA
SPARTI	DAVIDE

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
MORI	LORENZO	l.mori21@tudent.unisi.it

Il Corso di Studio in breve

Il corso di laurea mira a fornire un percorso formativo coerente, diretto a produrre laureati con: - una conoscenza dei modelli teorici e dei metodi di analisi della linguistica, della sociologia dei processi culturali e comunicativi, dei sistemi di elaborazione delle informazioni, della filosofia e teoria dei linguaggi, di scienza politica, di storia contemporanea e di psicologia cognitiva, incluse le metodologie sperimentali e la ricerca sul campo; - la capacità di applicare teorie e metodi alla descrizione e all'analisi della società contemporanea la capacità di applicare teorie e metodi alla descrizione e all'analisi e di testi specifici (anche multimodali e anche in lingua inglese) e di applicare le metodologie di analisi a una critica testuale di contenuti, della correttezza del messaggio, le capacità espressive e simboliche o l'efficacia comunicativa; - dimestichezza con diversi aspetti dello studio interdisciplinare del ruolo sociale, economico e storico dei media e tecnologie della comunicazione e del impatto sociale e culturale del discorso mediatico; - dimestichezza con le tematiche alla base dello studio del rapporto fra società e media; - la capacità di utilizzare teorie e metodi delle scienze della comunicazione e di applicare i principi di base nell'ambito di diversi domini applicativi (comunicazione d'impresa, comunicazione politica, comunicazione istituzionale, relazioni pubbliche) per lo sviluppo di messaggi e di contenuti in processi di produzione e di sviluppare contenuti per tutti i tipi di media e generi testuali - una competenza comunicativa avanzata della lingua inglese orale e scritto (B2/C1/C2)

Progettazione del CdS

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

Corso di Laurea derivante dalla trasformazione 1:1 di un precedente Corso omonimo appartenente alla Classe corrispondente (14) ex DM 509/99. Il Corso di provenienza è caratterizzato da elevata numerosità di studenti, presenta basso tasso di abbandono e una buona quota di laureati in corso. Si tratta di un Corso con prova di ingresso relativa a competenze specifiche il cui superamento è necessario per l'iscrizione. Si basa su una consolidata tradizione di studi. Le esigenze formative sono

individuare in modo sufficiente. Gli sbocchi professionali non sono del tutto coerenti con il percorso di studi.

Parere del comitato regionale di coordinamento

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)



La consultazione con le organizzazioni rappresentative sul territorio della produzione, servizi e professioni è stata effettuata il 25 marzo 2011 nell'Aula Magna Storica dell'Università. Presenti il Magnifico Rettore, il Prorettore alla Didattica ed i Presidi di Facoltà. Invitate le Rappresentanze degli Enti Locali (Regione, Comuni, Province), le principali Istituzioni economiche (Banche e Fondazioni Bancarie), gli Ordini Professionali, le Associazioni di categoria, gli Uffici Scolastici Provinciali, le Organizzazioni Sindacali. Il Rettore ha illustrato i criteri fondamentali dell'adeguamento alla nuova normativa dei nuovi Corsi di Laurea e di Laurea Magistrale - in particolare relativamente alla ridefinizione dei CdS delle Professioni Sanitarie ai sensi del D.M. 270/04 - soprattutto nel rispetto del D.M. 22 settembre 2010 n. 17. Il processo ha comportato una revisione complessiva degli ordinamenti didattici ed è stato attuato in linea con il principio della sostenibilità dell'offerta formativa nel tempo. Il Prorettore alla Didattica ha dettagliatamente illustrato gli aspetti qualificanti dei Corsi di Laurea e Laurea Magistrale di nuova istituzione, con particolare riferimento al rapporto Università-Territorio, sottolineando come la coerenza tra progettazione dell'Offerta Formativa ed esigenze del mondo del lavoro costituisca un obiettivo primario nelle Linee Guida di Ateneo sulla revisione degli ordinamenti didattici approvate dal Senato Accademico nel settembre 2008 ed aggiornate nella seduta del 21 dicembre 2010. Dopo gli interventi dei Presidi, un proficuo confronto con le "parti sociali" ha evidenziato argomenti e proposte che, approfondite e sistematizzate, forniscono utili indicazioni in vista della attivazione dell'Offerta Formativa.

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

Per l'Università di Siena e per il DISPOC la convocazione delle parti sociali

interessate a tutti i corsi di laurea rappresenta non solo l'adempimento ad un obbligo di legge, ma anche una preziosa opportunità per ricevere un feedback sulla qualità e sui contenuti dell'offerta formativa. Dal 2024 le parti sociali sono convocate con cadenza annuale e non più triennale o quinquennale come accaduto in passato, e gli incontri vengono organizzati contattando figure che rappresentano il mondo del lavoro ed utilizzando i contatti creati nel tempo con l'attivazione di stages e tirocini per gli studenti. Nel 2024 il comitato della didattica ha somministrato un questionario distribuito online alle parti sociali, in particolare a un indirizzario di reti di imprese e istituzioni locali. Il questionario è stato distribuito nel mese di aprile 2024. Dai risultati è emerso che gli enti/istituzioni sono complessivamente soddisfatti dell'esperienza di stage degli studenti e che sarebbero disposti ad ospitarne altri in futuro. La durata delle esperienze varia da un minimo di 25 ore ad un massimo di 3 mesi. L'esperienza è stata valutata più che soddisfacente da tutti i rispondenti e gli studenti hanno dimostrato diverse qualità positive (indicate come punti di forza) quali capacità performativa e di presentazione, buona conoscenza della lingua straniera e degli strumenti informativi, affidabilità e creatività. Tra le criticità sono state indicate conoscenze statistiche poco sviluppate. I soggetti ritengono, in linea generale, che la formazione di un esperto in Scienze della Comunicazione dovrebbe includere capacità comunicative interculturali, una buona conoscenza della contemporaneità, ottime abilità di reporting. Tra le competenze fortemente richieste ci sono quelle di tipo gestionale nell'ambito dei social media e quelle grafiche, per le quali il nostro corso di laurea fornisce già un'ampia preparazione sia teorica che pratica. I corsi che abbiamo nel piano di studi – come Informatica applicata, marketing, design dell'interazione e produzione video-grafica – forniscono già notevoli competenze tecniche per affrontare le professioni della comunicazione. Altre proposte sono interessanti da prendere in considerazione anche se la situazione finanziaria senese non permette di prenderle in considerazione: Progettazione e Fundraising per la cultura e Progettazione e comunicazione di eventi culturali. Nel 2025 la consultazione ha voluto assumere la forma di un Focus group con figure chiave del settore della comunicazione che avessero anche un rapporto diretto (laurea) o indiretto (tirocinanti) con il CdS. La consultazione ha avuto luogo il 18 aprile e ha prodotto un confronto positivo con il CpD

Pdf inserito: [Verbalì Consultazioni Parti Sociali 2024 e 2025](#) 

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

**Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella
classe - 73**

Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



Le industrie culturali e creative occupano un ruolo sempre più centrale nelle economie delle società contemporanee ma il contributo che queste industrie danno al loro benessere sociale, economico e culturale varia da paese a paese e dipende da fattori politici, culturali, sociali ed economici. La comprensione di queste dinamiche e lo studio delle principali discipline storiche, politiche, sociali, accanto alle teorie linguistiche, cognitive e semiotiche permettono di navigare questa nuova complessità con le chiavi di lettura adeguate. I laureati in Scienze della Comunicazione acquisiscono un insieme di competenze e abilità che derivano dalle scienze umane e sociali. L'obiettivo duplice è a) una maggiore comprensione del tempo presente nei suoi aspetti storici, sociali, psicologici e antropologici non ristretti al mondo occidentale e b) una conoscenza aggiornata delle modalità di comunicazione linguistiche, semiotiche, tecnologiche. Queste competenze costituiscono il nucleo comune degli insegnamenti di I e II anno. In particolare le scienze umane e sociali (M-STO/04, SPS/04, SPS/07, SPS/08, M-DEA/01, M-PSI/01, SECS-S/01) sono rappresentate dagli insegnamenti obbligatori di storia contemporanea in cui si studia l'evoluzione della globalizzazione, insegnamenti di sociologia in cui si studia i processi culturali e comunicativi. Il corso di studi pone una particolare attenzione alla metodologia della ricerca sociale, anche attraverso la psicologia cognitiva, che fornisce le conoscenze di base per la comprensione dei processi cognitivi e sviluppa le competenze relative alle metodologie della ricerca psicologica e sociale; e la scienza dell'opinione pubblica per familiarizzare lo studente con le principali ricerche empiriche sulla natura dell'opinione pubblica e sull'interazione tra opinione pubblica e politiche pubbliche; inoltre c'è la possibilità di scegliere un insegnamento in statistica. Sono disponibili insegnamenti che riguardano la sociologia visuale, il rapporto fra giornalismo e nuovi media; ulteriori aspetti di antropologia sono presenti con la possibilità di scegliere insegnamenti di antropologia culturale o antropologia dei consumi. Un'introduzione all'informatica applicata fornisce agli studenti una base di conoscenze che permette loro di

familiarizzare con il lessico e con i concetti del mondo informatico e offre gli elementi di base che gli permettano di utilizzare tutti gli strumenti hardware e software, utili a supportarli nelle loro attività didattiche e di apprendimento. Per le discipline della comunicazione (L-LIN/01, (L-LIN/12), L-FIL-LET/12, M-FIL/05, ING-INF/05, L-ART/06) al primo anno e secondo anno sono in offerta insegnamenti di semiotica, per le competenze fondamentali relative agli aspetti della semiotica come teoria generale della comunicazione e di fornire strumenti basilari di analisi semiotica dei testi. La comprensione teorica della descrizione linguistica viene introdotta attraverso la linguistica generale, il nesso fra società e linguaggio con la sociolinguistica e lo studio dei rapporti fra mass media, cultura digitale e società; viene sviluppata l'acquisizione di abilità comunicativa di buon livello nella lingua italiana e la capacità di creare testi appropriati attraverso un laboratorio di scrittura per le industrie creative e culturali; altri linguaggi diventano oggetti di studio con un esame di lingua e linguaggio dei media inglese. È possibile scegliere fra insegnamenti che riguardano le teorie e tecniche del linguaggio cinematografico o il diritto della comunicazione, la storia del giornalismo. Al terzo anno ci sono insegnamenti comuni che forniscono ulteriori conoscenze più specializzate sul design dell'interazione (M-PSI/01), che fornisce uno schema metodologico per il processo di ideazione e progettazione di artefatti interattivi; la conoscenza della retorica e linguaggi persuasivi (M-FIL/05) e dell'economia sperimentale (SECS-P/01). Gli insegnamenti opzionali possono essere scelti in 4 ambiti diversi che corrispondono ad altrettanti sbocchi professionali: Discipline linguistiche-cognitive; Tecnologia e comunicazione; Comunicazione e mercato; Comunicazione politica. Nel primo ambito sono compresi insegnamenti di filosofia e cognizione (M-FIL/01), ulteriori conoscenze linguistiche con lo studio della lingua italiana dei segni (L-LIN/01), o la linguistica applicata (L-LIN/01). Nel secondo filone che riguarda il ruolo di comunicazione e mercato si può scegliere insegnamenti sul marketing (SECS-P/08), la pubblicità, comunicazione e consumi (SPS/08) o un laboratorio di visualizzazione dati (GGR/02). Nel terzo filone ci sono insegnamenti che riguardano aspetti multimodali della tecnologia e comunicazione come la produzione video e grafica (ING-INF/05), il rapporto fra percezione e comunicazione grafica (M-PSI/01), e l'interazione uomo-macchina per lo sviluppo di competenze teoriche, metodologiche e pratiche del design dell'interazione tra esseri umani e artefatti tecnologici e non, e i criteri di usabilità, esperienza e adeguatezza dell'interazione ed i fondamenti teorici e metodologici dell'approccio human-centered design. (ICAR/13). Nel quarto filone rientrano gli insegnamenti che riguardano il linguaggio dei regimi politici (SPS/03), e la comunicazione politica (SPS/04). Inoltre lo studente ha 12 crediti a scelta in cui seguire i propri interessi. L'insegnamento obbligatorio della lingua inglese prevede l'obiettivo di un livello avanzato di competenza comunicativa (C1/B2.2 del Quadro di Riferimento del Consiglio d'Europa). Il corso prevede l'acquisizione di crediti formativi

attraverso stage e tirocini pre laurea, esperienze formative e professionalizzanti presso una struttura convenzionata con l'Università che offrono l'opportunità agli studenti di conoscere direttamente il mondo del lavoro e di sviluppare le conoscenze acquisite nel corso della loro formazione accademica. Altri crediti sono dedicati ad ulteriori conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro. Il Programma Erasmus+ permette di effettuare un periodo di studi che varia da 3 a 12 mesi presso una università europea, nell'area disciplinare che più interessa. La conclusione del percorso formativo prevede una prova finale consistente nella produzione di un elaborato svolto autonomamente dallo studente per potere accertare e valutare le competenze e abilità nel reperimento delle fonti, le competenze metodologiche e padronanza della letteratura scientifica, le capacità critiche e l'autonomia di giudizio. La prova finale può essere un elaborato/tesina o un'altra modalità secondo la metodologia più adatta alla disciplina scelta. L'espansione dell'economia della conoscenza e delle tecnologie per la comunicazione e l'informazione richiede ricercatori e professionisti preparati ad interpretarne i rischi e le opportunità. Nel suo insieme il corso di studi prepara gli studenti ad entrare nel mondo delle professioni della comunicazione. Il corso prepara gli studenti anche per potere proseguire gli studi per specializzarsi all'Università di Siena con le lauree magistrali Strategie e tecniche della comunicazione, Scienze internazionali, Language and mind: Linguistics and Cognitive Studies, Antropologia e linguaggi dell'immagine, o il master di I livello Comunicazione di impresa. Linguaggi, strumenti, tecnologie.

Profilo e sbocchi



Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Nome della figura professionale formata: Tecnico della pubblicità

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

Il tecnico della pubblicità assiste gli specialisti:

- (1) nel promuovere le attività di mercato di una impresa o di una organizzazione;
- (2) nel creare un'immagine positiva dell'impresa o dell'organizzazione.

Inoltre,

(3) applica e segue procedure per programmare e attivare promozioni e campagne pubblicitarie di vario genere e su vari mezzi.

COMPETENZE

(1) Conoscenze di base di marketing, comunicazione di massa e analisi di mercato.

(2) capacità di analisi semiotica dei testi capacità di analizzare le storie, i significati e i valori associati a un marchio e/o a un prodotto;

(3) competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media e dei nuovi media.

La formazione offerta in materia di pubblicità e comunicazioni di massa si unisce ad una solida cultura generale umanistica, alla buona conoscenza della lingua inglese e a conoscenze adeguate in ambito comunicativo e organizzativo (competenze di psicologia della comunicazione, di tecniche della persuasione e di tecniche della comunicazione interpersonale)

Sbocchi occupazionali:

(1) Agenzie pubblicitarie

(2) Imprese, organizzazioni, società di consulenza che si occupano di promozione turistica

(3) Uffici di comunicazione di imprese e organizzazioni

(4) Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni

(5) Centri media, aziende operanti nelle comunicazioni di massa, con propria raccolta pubblicitaria (televisioni, radio, provider web, testate web, blog commerciali)

Nome della figura professionale formata: Addetto alle pubbliche relazioni

Funzione in un contesto di lavoro e competenze:

L'addetto alle pubbliche relazioni assiste gli specialisti:

(1) nel cercare, selezionare, raccogliere e sistematizzare materiale informativo e/o pubblicitario favorevole all'azienda o all'organizzazione;

(2) nell'organizzare e sponsorizzare eventi di particolare importanza e visibilità per l'azienda o l'organizzazione, non direttamente collegati alla promozione pubblicitaria.

COMPETENZE

(1) Competenze di base nella comunicazione d'impresa e nell'analisi di campagne di comunicazione e informazione da parte di soggetti diversi (aziende, organizzazioni, istituzioni, ecc.); competenze di psicologia della comunicazione, di tecniche della persuasione e di tecniche della comunicazione interpersonale
(2) competenze nel campo dei media, dei nuovi media, della comunicazione di massa, della comunicazione d'impresa e della comunicazione pubblicitaria.

La formazione offerta in materia di pubbliche relazioni e comunicazioni di massa si unisce ad una solida cultura generale umanistica, alla buona conoscenza della lingua inglese e a conoscenze adeguate in ambito comunicativo e organizzativo

Sbocchi occupazionali:

-) Imprese e società di consulenza che si occupano di pubbliche relazioni e organizzazione di eventi
- (2) Uffici di comunicazione e/o pubbliche relazioni di imprese o organizzazioni
- (3) Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni

Nome della figura professionale formata: Tecnico del marketing**Funzione in un contesto di lavoro e competenze:**

Il tecnico del marketing assiste gli specialisti:

- (1) nello sviluppo delle strategie di marketing dell'impresa o dell'organizzazione;
- (2) nel controllo della efficienza della strategia di marketing e nel monitoraggio del uptake.

Inoltre,

- (3) applicano le procedure fissate dall'azienda o dall'organizzazione per raccogliere informazioni sul pubblico target e strategie di comunicazione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in modo rilevante e significativo a specialisti e responsabili del settore.

COMPETENZE

- Competenze generali di marketing e di comunicazione d'impresa;
- (2) competenze di psicologia della comunicazione, di tecniche della persuasione e di tecniche della comunicazione interpersonale;
 - (3) capacità di analisi semiotica dei testi e di problem solving.

Sbocchi occupazionali:

-) Imprese o organizzazioni che si occupano di vendita e distribuzione
- (2) Settori aziendali che si occupano di vendita e distribuzione, di

customer care, di assistenza post-vendita
(3) Uffici comunicazione e marketing di imprese o organizzazioni

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
4. Agenti di pubblicità - (3.3.4.4.0)

Conoscenze richieste per l'accesso



Possono accedere al corso di laurea coloro che sono in possesso di un diploma di scuola secondaria di II grado o altro titolo acquisito all'estero e riconosciuto idoneo. Per poter essere ammessi a frequentare il corso di laurea, gli studenti devono dimostrare di possedere le competenze nei seguenti domini di conoscenza: - cultura generale, - lingua italiana, - logica, - informatica. L'accertamento è condotto tramite un test il cui mancato superamento non preclude l'iscrizione al Corso di Laurea ma impone il recupero dei debiti formativi attraverso un percorso personalizzato. Gli studenti dovranno possedere una conoscenza della Lingua Inglese pari almeno al livello A2. L'accertamento della competenza avviene attraverso un test diagnostico del livello di competenza comunicativa in inglese (test computerizzato) o il riconoscimento di certificazioni già in possesso (IELTS o CAMBRIDGE ESOL).

Modalità di ammissione

Presso l'Università di Siena, come in tutte le Università italiane, vengono verificate le conoscenze richieste per l'accesso al Corso di studio con un test. Tale prova ha lo scopo di valutare l'attitudine e il grado di preparazione dello studente in alcune discipline ritenute particolarmente rilevanti per affrontare con successo il corso di laurea scelto, e quindi di colmare le eventuali lacune che dovessero

emergere dalla prova prima dell'inizio delle lezioni. Il test comprende prove di conoscenze in cultura generale, logica, informatica, lingua italiana. Il livello di competenza in lingua inglese viene accertato da un esame specifico che si svolge presso il Laboratorio Self Access. Tali prove sono obbligatorie, ma l'eventuale risultato negativo non preclude l'immatricolazione. In questo caso, infatti, lo studente avrà degli 'obblighi formativi aggiuntivi' da coprire attraverso corsi di recupero mirati che il Dipartimento organizzerà nel primo anno di corso. Finché il debito formativo non sarà colmato, però, lo studente potrà frequentare i corsi, ma NON potrà sostenere gli esami; un tutoraggio in itinere è previsto per seguire gli studenti che presentano criticità nel loro percorso di studi. Le modalità di ammissione sono specificate nel Regolamento didattico del Corso di Studio

Caratteristiche della prova finale



La conclusione del percorso formativo prevede una prova finale consistente nella produzione di un elaborato svolto autonomamente dallo studente. L'obiettivo della prova finale è: accertare e valutare le competenze e abilità nell'individuazione e nel reperimento delle fonti, le competenze metodologiche, la padronanza della letteratura scientifica disponibile sull'argomento, le capacità critiche e la capacità di rispettare le norme della comunicazione scientifica. Uno o più docenti seguono lo studente nella preparazione della prova (domanda di ricerca, metodologia appropriata, appropriatezza formale, contenuti adeguati, scelta bibliografica, correttezza formale e etica). Le modalità della prova sono concordate con il docente. Essa può essere svolta in lingua italiana o in lingua inglese previa richiesta al Comitato per la Didattica. La prova finale può essere un elaborato/tesina o un'altra modalità proposta dal docente secondo la metodologia più adatta alla disciplina scelta. Per il ventaglio di modalità della prova finale, per i criteri di valutazione, i punteggi di merito e la procedura di assegnazione di un tutor per la prova finale si rimanda al Regolamento del Corso di studi.

Modalità di svolgimento della prova finale

La conclusione del percorso formativo prevede una prova finale che consiste nella produzione di un elaborato svolto autonomamente dallo/a studente/ssa per una commissione di giudizio. Le modalità accettate come valida prova del raggiungimento degli obiettivi, saranno adattate ai vari indirizzi formativi percorsi dalla studente/ssa,

e consistono in una gamma di prove che vanno dalla proposta di analisi di un caso di studio, di un testo da commentare, dalla progettazione o valutazione di uno strumento di lavoro quale, ad esempio, il questionario per un'indagine di opinione, il software design per una specifica applicazione, un testo mirato alla comunicazione per una specifica finalità pubblica). Rimane parte integrante della gamma di prove ammesse, la redazione di una tesi (nel cui caso si adottano le previste procedure anti-plagio). Può essere ammessa la redazione di un testo in lingua straniera, previa approvazione del Comitato per la Didattica. Le modalità della prova finale vengono concordate con il docente tutor di tesi e trasmesse, come richiesta di tesi di laurea, al comitato per la didattica che ne valuta la congruenza; nel caso in cui la prova finale consista in una tesi, la richiesta di tesi sarà controfirmata dal docente e inviata alla segreteria didattica, perché si attivi la procedura di ammissione al programma anti-plagio. La discussione della tesi o della prova finale comunque prodotta farà seguito alla presentazione della domanda di laurea, inoltrata con almeno 30 gg di anticipo sulla sessione di laurea. Le Commissioni di Laurea sono designate dal/la Direttore/trice del Dipartimento e devono essere composte almeno da tre membri. Per il ventaglio di modalità della prova finale, per i criteri di valutazione, i punteggi di merito e la procedura di assegnazione di un tutor per la prova finale si rimanda al Regolamento del Corso di studi.

Parte Tabellare

Attività di base



Ambito Disciplinare	Settore	CFU		min da D.M. per l'ambito
		min	MAX	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese GLOT-01/A Glottologia e linguistica LIFI-01/A Linguistica italiana	33	45	-
Discipline sociali e	GSPS-02/A Scienza	15	24	

mediologiche	politica GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi			-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:		-		
Totale Attività di Base		48 - 69		

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	CFU		min da D.M. per l'ambito
		min	MAX	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi	27	42	-
Scienze umane ed economico-sociali	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi PSIC-01/A Psicologia generale SDEA-01/A Discipline	24	30	-

	demoetnoantropologiche			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GSPS-02/A Scienza politica HIST-03/A Storia contemporanea	12	18	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	63 - 90
--	---------

Attività affini



Ambito Disciplinare	CFU	
	min	MAX
Attività formative affini o integrative	21	30
Minimo di crediti riservati dall'ateneo:	-	

Totale Attività Affini	21 - 30
-------------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



Le attività affini e integrative del corso di laurea in Scienze della comunicazione comprendono materie che attengono all'esercizio pratico delle professioni del giornalismo, della comunicazione d'impresa, delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione. Per quanto riguarda il primo (giornalismo) è prevista al secondo anno la conoscenza delle regole giuridiche e della storia del mestiere fino agli sviluppi più recenti. Per quanto riguarda la seconda (comunicazione d'impresa) è prevista al secondo e al terzo anno la conoscenza dei risvolti culturali, antropologici e sociologici della società dei consumi. Per quanto riguarda le terze (tecnologie) è prevista al secondo e al terzo anno la conoscenza delle tecniche di comunicazione visuale e grafica. Al terzo anno si aggiungono

discipline coerenti con i diversi indirizzi (lingua e cognizione, impresa, tecnologie, giornalismo e politica) che risultano trasversali all'esercizio delle diverse professioni del campo comunicativo. In particolare, le implicazioni scientifiche e filosofiche della formazione e percezione cognitiva dei messaggi verbali e testuali come anche delle immagini, nonché la storia e la classificazione delle forme e dei mezzi di comunicazione usati nel mondo politico. Ciascuna di queste attività è funzionale agli obiettivi del corso: formare professionisti della nuova economia della conoscenza (giornalismo, social media, pubblicità, marketing, informatica, web content management) capaci di applicare le pratiche e le tecniche comunicative più aggiornate ma anche di comprendere criticamente i processi di trasformazione che oggi investono il multiforme universo della comunicazione: platform society, big data, mainstream e new journalism, cultura digitale, industrie creative e culturali, media e sfera pubblica.

Altre attività



Ambito Disciplinare		CFU	
		min	MAX
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	5	5
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	4	4
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	1	3
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			

Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-
---	---	---

Totale Altre Attività	28 - 30
------------------------------	---------

Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	160 - 219

Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	48
---	-----------

Eventuale articolazione curriculare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi
(ex Eventuali Curriculum)

Non sono previsti curricula

Offerta Didattica Programmata

Attività di base	Settore	CFU
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese	3
	↳ LINGUA INGLESE E BILINGUI SMO (2 anno) - 9 CFU - obbl	9
		-
		4
		5
	GLOT-01/A Glottologia e linguistica	
	↳ LINGUISTICA GENERALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	
	↳ SOCIOLINGUISTICA (1	

		anno) - 6 CFU - semestr ale - obbl	
	↳ LINGUA DEI SEGNI ITALIANA (3 anno) - 6 CFU 		
	↳ LINGUIS TICA APPLICA TA (3 anno) - 6 CFU 		
	LIFI-01/A Linguistica italiana		
	↳ LABORA TORIO DI SCRITTU RA DELLA TESI (2 anno) - 3 CFU - obbl 		
Discipline sociali e mediologiche	GSPS-02/A Scienza politica ↳ METODO LOGIA DELLA RICERCA SOCIALE PER LE SCIENZE DELLA COMUNI CAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestr 		

2
5
-
2
4

		ale - obbl	
	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi		
	↳	SOCIOLO GIA DEI PROCES SI CULTURA LI E COMUNI CATIVI (1 anno) - 9 CFU - semestr ale - obbl	
	↳	MASS MEDIA, CULTURA DIGITALE E SOCIETA' (2 anno) - 9 CFU - obbl	
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)			
Totale attività di Base			5 8 - 6 9
Attività caratterizzanti		Settore	CFU

			Off
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi		2
	↳	GIORNALISMO E NUOVI MEDIA (2 anno) - 9 CFU - obbl	7
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni		-
	↳	INFORMATICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	4
	PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi		2
	↳	SEMIOTICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	7
	ECON-02/A Politica economica		-
	↳	ECONOMIA	4
Scienze umane ed economico-sociali			3
			0

		SPERIMENTALE (3 anno) - 6 CFU - obbl	
	PSIC-01/A Psicologia generale		
	↳	PSICOLOGIA COGNITIVA (2 anno) - 9 CFU - obbl	
	↳	DESIGN DELL'INTERAZIONE (3 anno) - 9 CFU - obbl	
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GSPS-02/A Scienza politica		
	↳	SCIENZA DELL'OPINIONE PUBBLICA (2 anno) - 9 CFU - obbl	
	HIST-03/A Storia contemporanea		
	↳	STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestr	
			18 - 18

		ale - obbl		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti				6 9 - 9 0
Attività affini	Settore			CFU 66
Attività formative affini o integrative	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese			2 2
	↳	MARKETING (3 anno) - 6 CFU		3 0
	GIUR-01/A Diritto privato			m i n 1 8
	↳	DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU		
	GSPS-02/A Scienza politica			
	↳	COMUNICAZIONE POLITICA		

(3 anno)
- 6 CFU

GSPS-05/A Sociologia
generale



*SOCIOLO
GIA
VISUALE
(2 anno)
- 6 CFU*

GSPS-08/A Sociologia dei
processi economici e del lavoro



*SOCIOLO
GIA DEI
CONSUM
I (2
anno) - 6
CFU -
obbl*

HIST-03/A Storia
contemporanea



*COMUNI
CAZIONE
E SPORT
(2 anno)
- 6 CFU*

PEMM-01/B Cinema,
fotografia, radio, televisione e
media digitali



*LINGUAG
GI
DELL'AU
DIOVISIV
O (2
anno) - 6
CFU*

PHIL-04/B Filosofia e teoria
dei linguaggi



*SEMIOTICA
DELL'IM
MAGINE
(3 anno)
- 6 CFU -
obbl*

PSIC-01/A Psicologia generale



*PERCEZIONE E
COMUNICAZIONE
GRAFICA
(3 anno)
- 6 CFU*

PSIC-03/A Psicologia sociale



*PSICOLOGIA
SOCIALE
(3 anno)
- 6 CFU*

SDEA-01/A Discipline
demoetnoantropologiche



*ANTROPOLOGIA
CULTURALE (2
anno) - 6
CFU*

STAT-01/A Statistica



*STATISTICA (2
anno) - 6
CFU*

Totale attività Affini

2
4
-
3
0

Altre attività

CEU
Rad

A scelta dello studente

1
2
-
1
2

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)

Per la prova finale

5
-
5

Per la conoscenza di almeno una lingua straniera

3
-
3

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c

-

Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)

Ulteriori conoscenze linguistiche

4
-
4

Abilità informatiche e telematiche

-
-

Tirocini formativi e di orientamento

3
-
3

Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro

3
-
3

Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d

Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali

-
-

Totale Altre Attività

2
8
-
3
0

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

CFU totali inseriti

180

160 - 219

[Regolamento Didattico del CdS](#)

Pdf inserito: 

[Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti](#)

[Matrice di Tuning](#)

Area di apprendimento della comunicazione

Conoscenza e comprensione

Le conoscenze di base sono quelle specifiche delle discipline fondanti delle Scienze della Comunicazione (L-LIN/01, M-STO/04, SPS/04, SPS/08, L-FIL-LET/12, M-FIL/05); in particolare delle discipline sociolinguistiche (L-FIL-LET/12) semiotiche (M-FIL/05) antropologiche (M-DEA/01), con particolare riferimento a discipline di carattere filosofico-teoretico (M-FIL/01), psicologico (M-PSI/01) e giuridico nell'ambito comunicativo (IUS/01). L'area di apprendimento della comunicazione completa il bagaglio critico di base con una serie di conoscenze avanzate nel settore della comunicazione. Sono esaminate durante il percorso formativo le principali forme e tipologie della

comunicazione, ognuna delle quali corrisponde ad uno o più settori professionali. Attorno a questa impalcatura di discipline caratterizzanti, gli studenti potranno attingere ad una selezione di discipline attinenti e affini in diversi modi e sotto diverse prospettive nei filoni disciplinari che sono: Discipline linguistiche-cognitive, Discipline storico-sociali, Linguaggi della comunicazione sociale e Tecniche della comunicazione. Il percorso formativo è rilevante e integrabile alla scelta delle lauree magistrali e la scelta di insegnamenti corrispondenti a tre filiere professionalizzanti diverse: comunicazioni di massa (SPS/03, SPS/07, SPS/08, SPS/09, M-STO/04, MPSI/01, L-LIN/01); tecnologie della comunicazione (ING-INF/05, L-ART/06, M-GGR/01, M-PSI/01, ICAR/13); comunicazione di impresa (SECS-P/02, SECS-P/08, SPS/08, SECS-S/01). Alla fine del percorso i laureandi avranno acquisito una conoscenza di base dei livelli di descrizione del linguaggio (fonologiche, morfo-sintattiche, lessicali, discorsali, pragmatiche); una conoscenza dei modelli teorici e quadri di riferimento concettuali per un'analisi della società contemporanea; Conoscenza dei principi di base della comunicazione; Conoscenza di metodologie di analisi di testo per quanto riguarda contenuti, messaggio, capacità espressive e efficacia comunicativa del testo; Conoscenze del ruolo sociale, economico, storico, dei media e delle tecnologie della comunicazione; Conoscenza delle risorse tecniche per lo sviluppo di messaggi e contenuti in processi di produzione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Competenze necessarie alla produzione di un'efficace comunicazione, in forma scritta e orale, con particolare riferimento alle tecnologie digitali (ING-INF/05, M-PSI/01, SPS/08);

- Competenze relative all'utilizzo dei principali strumenti per la archiviazione, elaborazione, gestione e diffusione delle informazioni, con particolare riferimento alle tecnologie digitali (ING-INF/05, M-PSI/01);
- Competenze adeguate della terminologia scientifica in uso in ciascuna delle discipline studiate e dei linguaggi specialistici tipici dei settori professionali nei confronti dei quali le stesse esercitano una diretta rilevanza.

Alla fine del percorso i laureati avranno acquisito: la capacità di applicare modelli teorici e quadri di riferimento concettuali all'analisi della società contemporanea; la capacità di analizzare il ruolo social economico, storico, dei media e delle tecnologie della comunicazione; la capacità di valutare l'impatto sociale e culturale del discorso mediato; la capacità di utilizzare le risorse tecniche per lo sviluppo di messaggi e contenuti in processi di produzione e di sviluppare contenuti per le varie aree (d'impresa, istituzionale, di relazioni pubbliche) e di applicare i principi di base della comunicazione; la Capacità di analizzare il discorso in vari tipi di media; la Capacità di applicare le metodologie di analisi di contenuti. I laureati avranno le abilità necessarie alla socializzazione delle informazioni e conoscenze settoriali da loro acquisite nel corso di studi nonché alla presentazione e valorizzazione dei risultati (creativi, analitici, progettuali) da loro raggiunti; tanto nel caso di presentazioni

scritte che orali, i laureati saranno capaci di operare in situazioni comunicative differenti, variando registri e codici in relazione agli interlocutori e alle finalità del processo comunicativo; devono mostrare inoltre di saper utilizzare supporti grafici, mediali, informatici; nel caso della comunicazione tecnologicamente mediata, i laureati devono essere capaci di selezionare i mezzi più idonei a raggiungere un determinato pubblico e mostrare di saper adeguare contenuti e forme della comunicazione alle caratteristiche tecnologiche e culturali del mezzo in questione. Oltre ad acquisire abilità relative alla comunicazione/presentazione/divulgazione di informazioni, problemi e idee in forma individuale, i laureati devono avere sviluppato la capacità di organizzare e gestire processi comunicativi complessi, che coinvolgano più soggetti. Il laureato avrà sviluppato le proprie abilità comunicative attraverso: le esercitazioni intermedie, le attività seminariali e di workshop.

In ciascuna di queste sedi è continuo il confronto con i docenti e gli studenti compagni di lavoro. L'elaborato finale corrisponde alla capacità di comunicare tutte le fasi di un progetto, dalla sua ideazione alla fruizione finale, utilizzando la documentazione e la letteratura scientifica disponibile, con un linguaggio accessibile sia agli addetti ai lavori che ad un pubblico più vasto. L'acquisizione di abilità comunicativa di buon livello nella lingua inglese, metterà in grado il laureato di trasmettere competenze e informazioni, individuare e risolvere problemi in lingua inglese. Competenza comunicativa avanzata della lingua inglese come strumento di comunicazione in tutte le competenze (produzione, ricezione, interazione) fino al raggiungimento del livello C1/B2.2 del consiglio d'Europa (L-LIN/12).

Capacità di apprendimento

Come obiettivi specifici, strumentali ai precedenti, i laureati di scienze della comunicazione avranno acquisito la piena padronanza delle:- competenze relative alle principali pratiche e ai metodi di ricerca di ciascuna delle discipline. I laureati dovranno saper esercitare la capacità di ricercare e procurarsi con prontezza ogni dato e informazione necessaria ad approfondire le loro conoscenze dei diversi processi comunicativi e culturali in atto nella società, sia nelle loro formulazioni di principio che per quanto riguarda le loro implicazioni rispetto a contesti e tematiche diverse; dovranno pertanto aver acquisito anche competenze e abilità di individuazione e reperimento delle fonti da cui estrarre le suddette informazioni, sia di provenienza nazionale che internazionale; dovranno anche possedere la capacità di selezionare le pratiche e le metodologie di ricerca più efficaci nell'analizzare e approfondire specifici temi di indagine e/o domande di ricerca, con riferimento alle più recenti tendenze nei diversi settori delle scienze della comunicazione; Dovranno infine dimostrare la capacità di sapere operare in un'ottica interdisciplinare.

Per poter intraprendere studi successivi con alto grado di autonomia, i laureati dovranno:

- sviluppare la capacità di apprendere sia i contenuti che la terminologia scientifica che identifica ciascun ambito disciplinare e o di ricerca oggetto

dell'offerta formativa;

- imparare ad utilizzare in modo sinergico le diverse fonti attraverso cui i contenuti formativi sono erogati (lezioni frontali, seminari, testi di studio, dispense, ecc.);

- imparare a mettere a fuoco i propri interessi conoscitivi specifici e selezionare le attività didattiche e formative da svolgere in funzione di questi (con riferimento sia alla scelta dei corsi, laddove prevista questa opzione, e con riferimento alla scelta degli argomenti che desiderano approfondire nell'ambito di ciascun corso e ai fini della stesura della prova di laurea.

Autonomia di giudizio

I laureati avranno appreso quelle abilità progettuali e operative, che li mettano nelle condizioni sia di analizzare con spirito critico e gestire con professionalità vari processi comunicativi all'interno di contesti e istituzioni diverse, sia di valutare l'efficacia del loro funzionamento in settori operativi diversi (economico, legislativo, tecnologico, sociale). Sono tenuti cioè a mostrare iniziativa nel sollevare nuove questioni pertinenti alla ricerca nonché ideare e sviluppare progetti individuali e di gruppo, che siano innovativi nei confronti delle tematiche affrontate in aula e delle discipline che sono state oggetto di studio:

Dovranno inoltre potere dimostrare di aver acquisito capacità e sicurezza nella gestione di processi complessi sia individuandone le finalità operative, sia risolvendone le problematiche relative alla giusta scelta delle forme di comunicazione richieste dalle esigenze di specifici ambiti professionali.

I laureati durante il percorso formativo devono dimostrare di essere in grado di saper trasformare le conoscenze acquisite in una capacità autonoma di analisi del dibattito teorico-critico, dei problemi di documentazione e metodologia.

I laureati avranno sviluppato abilità di fare un'autonoma critica testuale di un testo, in termini del messaggio e delle capacità espressive e simboliche o efficacia comunicativa.

I laureati dovranno potere dimostrare anche la capacità di assumere responsabilità nel prendere decisioni e iniziative, sia nei contesti di lavoro individuale che in quelli di gruppo.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative: lezioni frontali, esercitazioni scritte e orali, laboratori con uso di attrezzature tecniche, elaborati singoli o di gruppo, visite esterne guidate a realtà lavorative, associative, istituzionali, elaborazione di progetti integrati in collaborazione con enti esterni.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

Anno di corso 1 - INFORMATICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE (cfu 9 - D591 - 302604402) [url](#)

Anno di corso 1 - LINGUISTICA GENERALE (cfu 9 - D591 - 302604403) [url](#)

Anno di corso 1 - METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE PER LE SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE (cfu 6 - D591 - 302604404) [url](#)

Anno di corso 1 - SEMIOTICA (cfu 9 - D591 - 302604405) [url](#)
Anno di corso 1 - SOCIOLINGUISTICA (cfu 6 - D591 - 302604406) [url](#)
Anno di corso 1 - SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E
COMUNICATIVI (cfu 9 - D591 - 302604407) [url](#)
Anno di corso 1 - STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (cfu 9 - D591 -
302604408) [url](#)
Anno di corso 2 - ANTROPOLOGIA CULTURALE (cfu 6 - D591 -
302702411) [url](#)
Anno di corso 2 - COMUNICAZIONE E SPORT (cfu 6 - D591 -
302702412) [url](#)
Anno di corso 2 - DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE (cfu 6 - D591 -
302702413) [url](#)
Anno di corso 2 - GIORNALISMO E NUOVI MEDIA (cfu 9 - D591 -
302702414) [url](#)
Anno di corso 2 - LABORATORIO DI SCRITTURA DELLA TESI (cfu 3 -
D591 - 302702415) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA INGLESE E BILINGUISMO (cfu 9 - D591 -
302702416) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUAGGI DELL'AUDIOVISIVO (cfu 6 - D591 -
302702417) [url](#)
Anno di corso 2 - MASS MEDIA, CULTURA DIGITALE E SOCIETA' (cfu 9 -
D591 - 302702418) [url](#)
Anno di corso 2 - PSICOLOGIA COGNITIVA (cfu 9 - D591 - 302702419)
[url](#)
Anno di corso 2 - SCIENZA DELL'OPINIONE PUBBLICA (cfu 9 - D591 -
302702420) [url](#)
Anno di corso 2 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (cfu 6 - D591 -
302702421) [url](#)
Anno di corso 2 - SOCIOLOGIA VISUALE (cfu 6 - D591 - 302702422) [url](#)
Anno di corso 2 - STATISTICA (cfu 6 - D591 - 302702423) [url](#)
Anno di corso 3 - COMUNICAZIONE POLITICA (cfu 6 - D591 -
302801095) [url](#)
Anno di corso 3 - DESIGN DELL'INTERAZIONE (cfu 9 - D591 -
302801096) [url](#)
Anno di corso 3 - ECONOMIA SPERIMENTALE (cfu 6 - D591 -
302801097) [url](#)
Anno di corso 3 - LINGUA DEI SEGNI ITALIANA (cfu 6 - D591 -
302801098) [url](#)
Anno di corso 3 - LINGUISTICA APPLICATA (cfu 6 - D591 - 302801099)
[url](#)
Anno di corso 3 - MARKETING (cfu 6 - D591 - 302801100) [url](#)
Anno di corso 3 - PERCEZIONE E COMUNICAZIONE GRAFICA (cfu 6 -
D591 - 302801101) [url](#)
Anno di corso 3 - PSICOLOGIA SOCIALE (cfu 6 - D591 - 302801102) [url](#)
Anno di corso 3 - SEMIOTICA DELL'IMMAGINE (cfu 6 - D591 -
302801103) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1		2025	3026 0275 1	COM UNIC AZIO NE E SPO RT <i>seme strale</i>	M- STO/ 04	Save rio Luigi BATT ENTE <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	HIST - 03/A	36
2		2024	3026 0099 9	COM UNIC AZIO NE POLI TICA <i>seme strale</i>	SPS/ 04	Matti a GUID I <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GSPS - 02/A	40
3		2024	3026 0100 1	DESI GN DELL' INTE RAZI ONE <i>seme strale</i>	M- PSI/ 01	Anto nio RIZZ O <i>Profe ssore Ordin ario</i>	PSIC - 01/A	60
4		2025	3026 0275 2	DIRI TTO DELL	IUS/ 01	Doce nte di	GIUR - 01/A	36

				A COM UNIC AZIO NE <i>seme strale</i>		riferi ment o Silvia BRA NDA NI <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>		
5		2024	3026 0100 2	ECO NOM IA SPER IME NTAL E <i>seme strale</i>	SECS - P/02	Doce nte di riferi ment o Aless andr o INNO CENT I <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	ECO N- 02/A	40
6		2025	3026 0275 3	GIOR NALI SMO E NUO VI MED IA <i>seme strale</i>	SPS/ 08	Doce nte di riferi ment o Ross ella REG A <i>Profe ssore Assoc iato (L.</i>	GSPS - 06/A	54

						240/ 10)		
7		2026	3026 0440 2	INFO RMA TICA E INTE LLIG ENZ A ARTI FICIA LE <i>seme strale</i>	IINF- 05/A	Doce nte non speci ficat o		54
8		2024	3026 0100 4	INTE RAZI ONE UOM O- MAC CHIN A <i>seme strale</i>	ICAR /13	Patri zia MAR TI <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	CEAR - 08/D	40
9		2023	3026 0440 0	LING UA DEI SEG NI ITALI ANA <i>seme strale</i>	L- LIN/ 01	Doce nte non speci ficat o		40
10		2025	3026 0275 4	LING UA INGL ESE E BILI NGUI SMO <i>seme strale</i>	L- LIN/ 12	Doce nte di riferi ment o Luca CILIB RASI <i>Profe ssore</i>	ANGL - 01/C	54

						Assoc iato (L. 240/ 10)		
11		2024	3026 0100 7	LING UISTI CA APPL ICAT A <i>seme strale</i>	L- LIN/ 01	Vince nzo MOS CATI <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GLOT - 01/A	40
12		2026	3026 0440 3	LING UISTI CA GEN ERAL E <i>seme strale</i>	GLOT - 01/A	Vale ntina BIAN CHI <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	GLOT - 01/A	54
13		2024	3026 0100 8	MAR KETI NG <i>seme strale</i>	SECS - P/08	Doce nte non speci ficat o		40
14		2025	3026 0275 6	MAS S MED IA, CULT URA DIGIT ALE E SOCI ETA' <i>seme strale</i>	SPS/ 08	Tizia no BONI NI BAL DINI <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	GSPS - 06/A	54

15		2026	3026 0440 4	MET ODO LOGI A DELL A RICE RCA SOCI ALE PER LE SCIE NZE DELL A COM UNIC AZIO NE <i>seme strale</i>	GSPS - 02/A	Doce nte di riferi ment o Fran cesc o MAR ANG ONI <i>Profe ssore Ordin ario (L. 240/ 10)</i>	GSPS - 02/A	36
16		2024	3026 0100 9	PERC EZIO NE E COM UNIC AZIO NE GRA FICA <i>seme strale</i>	M- PSI/ 01	Giuli a PAR OVEL <i>Ricer cator e confe rmat o</i>	PSIC - 01/A	40
17		2025	3026 0275 7	PSIC OLO GIA COG NITI VA <i>seme strale</i>	M- PSI/ 01	Oron zo PARL ANG ELI <i>Profe ssore Assoc iato confe rmat o</i>	PSIC - 03/B	54
18		2025	3026 0275	SCIE NZA	SPS/ 04	Doce nte	GSPS -	54

			8	DELL'OPINIONE PUBBLICA <i>semestrale</i>		di riferimento Francesco OLMASTRONI <i>Professore Associato</i> (L. 240/10)	02/A	
19		2026	302604405	SEMIOTICA <i>semestrale</i>	PHIL - 04/B	Docente di riferimento Alessandro PRATO <i>Professore Associato</i> (L. 240/10)	PHIL - 04/B	54
20		2024	302601011	SEMIOTICA DELL'IMMAGINE <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Tarcisio LANCIONI <i>Professore Associato</i> (L. 240/10)	PHIL - 04/B	40
21		2024	3026	SIMB	SPS/	Lara	GSPS	40

			01012	LOGIA E LINGUAGGIO DEI REGIMI POLITICI <i>semestrale</i>	03	SEM BOLONI <i>Professore Associato confermato</i>	- 04/A	
22		2025	302602759	SOCIOLOGICA <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Giuliano BOCCHI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GLOT - 01/A	54
23		2024	302601013	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI <i>semestrale</i>	SPS/09	Anna Carolina FRESCHI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS - 08/A	40
24		2026	302604407	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNIC	GSPS - 06/A	Docente di riferimento Davide SPARTI <i>Professore</i>	GSPS - 06/A	54

				ATIVI seme strale		<i>Ordin ario (L. 240/ 10)</i>		
25		2025	3026 0276 1	STAT ISTIC A <i>seme strale</i>	SECS - S/01	Doce nte di riferi ment o Paol a PAL MITE STA <i>Profe ssore Assoc iato confe rmat o</i>	STAT - 01/A	60
26		2026	3026 0440 8	STO RIA DELL A GLO BALI ZZAZ IONE <i>seme strale</i>	HIST - 03/A	Save rio Luigi BATT ENTE <i>Profe ssore Assoc iato (L. 240/ 10)</i>	HIST - 03/A	54
							ore totali	1222

Didattica programmata per coorte

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno	Insegnamento	Cognome	Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente
----	---------	------	--------------	---------	------	-------	---------	-----	---------

		di corso		Nome				di riferimento per corso
1.	IINF-05/A	Anno di corso 1	INFORMATICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE link			9	54	
2.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	LINGUISTICA GENERALE link	BIANCHI VALENTINA	PO	9	54	
3.	GSPS-02/A	Anno di corso 1	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE PER LE SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE link	MARANGONI FRANCESCO	PO	6	36	
4.	PHIL-04/B	Anno di	SEMIOTICA link	PRATO ALES	PA	9	54	

		corso 1		SAN DRO				
5.	GSPS - 06/A	Anno di corso 1	SOCI OLO GIA DEI PRO CESS I CULT URA LI E COM UNIC ATIVI link	SPAR TI DAVI DE	PO	9	54	
6.	HIST - 03/A	Anno di corso 1	STO RIA DELL A GLO BALI ZZAZ IONE link	BATT ENTE SAVE RIO LUIGI	PA	9	54	
7.	SDE A- 01/A	Anno di corso 2	ANT ROP OLO GIA CULT URA LE link			6		
8.	HIST - 03/A	Anno di corso 2	COM UNIC AZIO NE E SPO RT link			6		
9.	GIUR - 01/A	Anno di corso 2	DIRIT TO DELL A COM UNIC			6		

			AZIO NE link					
10.	GSPS - 06/A	Anno di corso 2	GIOR NALI SMO E NUO VI MEDI A link			9		
11.	LIFI- 01/A	Anno di corso 2	LAB ORA TORI O DI SCRI TTUR A DELL A TESI link			3		
12.	ANGL - 01/C	Anno di corso 2	LING UA INGL ESE E BILIN GUIS MO link			9		
13.	PEM M- 01/B	Anno di corso 2	LING UAG GI DELL' AUDI OVISI VO link			6		
14.	GSPS - 06/A	Anno di corso 2	MAS S MEDI A, CULT URA DIGIT			9		

			ALE E SOCI ETA' link					
15.	PSIC - 01/A	Anno di corso 2	PSIC OLO GIA COG NITIV A link			9		
16.	GSPS - 02/A	Anno di corso 2	SCIE NZA DELL' OPIN IONE PUB BLIC A link			9		
17.	GSPS - 08/A	Anno di corso 2	SOCI OLO GIA DEI CON SUMI link			6		
18.	GSPS - 05/A	Anno di corso 2	SOCI OLO GIA VISU ALE link			6		
19.	STAT - 01/A	Anno di corso 2	STAT ISTIC A link			6		
20.	GSPS - 02/A	Anno di corso 3	COM UNIC AZIO NE POLI TICA link			6		
21.	PSIC	Anno	DESI			9		

	- 01/A	di corso 3	GN DELL' INTE RAZI ONE link					
22.	ECO N- 02/A	Anno di corso 3	ECO NOM IA SPER IME NTAL E link			6		
23.	GLOT - 01/A	Anno di corso 3	LING UA DEI SEG NI ITALI ANA link			6		
24.	GLOT - 01/A	Anno di corso 3	LING UISTI CA APPL ICAT A link			6		
25.	ECO N- 07/A	Anno di corso 3	MAR KETI NG link			6		
26.	PSIC - 01/A	Anno di corso 3	PERC EZIO NE E COM UNIC AZIO NE GRA FICA link			6		
27.	PSIC - 03/A	Anno di corso 3	PSIC OLO GIA SOCI			6		

			ALE link					
28.	PHIL - 04/B	Anno di corso 3	SEMI OTIC A DELL' IMM AGIN E link			6		

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://scienze-comunicazione.unisi.it/it/studiare/orario-lezioni>

Data di inizio dell'attività didattica

25/09/2026

Calendario degli esami di profitto

<http://www.dispoc.unisi.it/it/didattica/calendario-didattico>

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.dispoc.unisi.it/it/didattica/calendario-didattico>

Infrastrutture

Aule

Pdf inserito: 

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: 

Sale Studio

Pdf inserito: 

Biblioteche

Link inserito: <http://www.sba.unisi.it/>

Pdf inserito: 

Servizi a supporto

Orientamento in ingresso e in itinere

Pdf inserito: 

Tutorato

Pdf inserito: 

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all' esterno (tirocini e stage)

Pdf inserito: 

Assistenza per la mobilità internazionale Dalla Sezione voce INTERNAZIONALE del sito unisi <https://www.unisi.it/internazionale> è possibile consultare le varie sezioni tra le quali quella "Dimensione Internazionale" dove sono pubblicati gli accordi con le altre Università. L'Università di Siena promuove e gestisce numerosi Accordi di collaborazione in tutto il mondo per incentivare le relazioni internazionali tra le Università. Per promuovere la mobilità internazionale di docenti e studenti e favorire l'internazionalizzazione dei curricula studiorum (double degree, titoli doppi o congiunti, dottorato, master, summer school, ecc.) è possibile stipulare accordi internazionali con università straniere. Tipologie e procedure di approvazione variano in base alla finalità dell'accordo e alla nazione sede dell'Ateneo.

Link inserito:

<https://www.unisi.it/internazionale/dimensione-internazionale/accordi-e-network>

Inserimento atenei in convenzione 

Nessun Ateneo in convenzione inserito

Accompagnamento al lavoro

Link inserito: <https://www.unisi.it/didattica/placement-office-career-service>

Pdf inserito: 

Eventuali altre iniziative

Pdf inserito: 

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

Riesame annuale