UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

Dipartimento: null

A.A. 2009/2010

PIANO DI STUDI DEL CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'

- COMUNICAZIONE POLITICA -

Caratteristiche

Classe di Laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59)	2 ANNI		ACCESSO LIBERO	2053

Obiettivi del Corso di Studi

DESCRIZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO

Il management della comunicazione nelle organizzazioni pubbliche, private e del terzo settore, l'attività delle agenzie pubblicitarie, la definizione e la gestione della "corporate image" aziendale ai diversi livelli in cui si compongono la pubblica amministrazione e le istituzioni politiche sono il focus del CdLM in "Scienze della comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità".

Il percorso formativo è incentrato:
- su attività formative caratterizzanti relative alle Discipline della comunicazione pubblica e di impresa ed alle Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi;
- su ulteriori attività formative finalizzate a completare la conoscenza delle scienze della comunicazione con lo studio delle altre scienze umane limitrofe e complementari (Linguistica italiana, Critica letteraria e Letterature comparate, Filosofia politica) e ad orientare il percorso formativo curriculare verso le esigenze espresse dal mercato del lavoro.

Durante il Corso di laurea magistrale lo studente avrà l'opportunità di sperimentare in prima persona, attraverso un tirocinio del valore di 6 CFU e mediante specifiche attività formative, volte anche a potenziare la padronanza di una lingua dell'Unione Europea, l'osservazione ravvicinata di aspetti e di nodi cruciali del proprio futuro ruolo professionale acquisendo, in una logica di empowerment e secondo gli orientamenti che saranno proposti in sede di programmazione didattica o in base agli interessi ed alle competenze personali, conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro.

Saranno inoltre destinati 9 CFU ad ulteriori attività formative a scelta dello studente.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI DEL CORSO

Il corso di laurea in Scienze della Comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità mira alla formazione, attraverso un percorso universitario già sperimentato nella Facoltà, di professionisti che accedano al mondo del lavoro con elevate competenze teorico-metodologiche che li mettano in grado di realizzare prodotti comunicativi di buon livello e campagne promozionali destinate al successo.
Tali campagne, fondate su una solida base teorica, e articolate in ogni aspetto, sono dirette ad aziende, imprese pubblicitarie, enti e aziende pubbliche, come pure istituzioni politiche.
Le discipline del corso sono volte a fare acquisire conoscenze approfondite riguardo alla gestione della comunicazione in aziende, istituzioni e amministrazioni locali e nazionali. Lo stesso dicasi per enti pubblici e organizzazioni no profit.
Campi a cui viene dato particolare risalto sono quelli della pubblicità e quelli dei prodotti di comunicazione, di cui il corso offre gli strumenti per curare campagne pubblicitarie, eventi, servizi per la stampa e pubbliche relazioni.

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Nell'insegnamento delle tecniche pubblicitarie ricevono il peso appropriato tutti gli aspetti che vanno da quelli grafici a quelli linguistici.
Si vogliono anche offrire gli strumenti per la definizione e l'organizzazione della corporate image aziendale, sia per quanto riguarda la pubblica amministrazione che le istituzioni politiche.
La comunicazione è studiata sia in funzione delle esigenze comunicative delle aziende private che di quelle a capitale pubblico, per la pubblica amministrazione e il Terzo settore.
Il corso vuole formare professionisti con una padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione europea oltre all'italiano.

Sbocchi occupazionali

I laureati in "Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità" svolgeranno funzioni di elevata responsabilità in materia di:
- organizzazione e gestione di uffici stampa, di uffici di relazione con il pubblico, di uffici di comunicazione in istituzioni e/o organismi di rapresentanza politica;
- organizzazione e gestione di uffici per la comunicazione in aziende publiche e private;
- programmazione dei piani di comunicazione istituzionale e di impresa;
- gestione dei flussi informativi tra uffici e risorse umane in aziende pubbliche e assimilabili.

Inoltre potranno trovare sbocchi professionali nel mercato della pubblicità (sia attraverso forme tradizionali di comunicazione e promozione che attraverso le nuove tecnologie ITC) e potranno svolgere attività di consulenza nell'area del marketing e della comunicazione politica.

Caratteristiche della prova finale

Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea magistrale e con i risultati di apprendimento attesi, la prova finale per il completamento degli studi (alla quale saranno attribuiti 12 CFU) dovrà consistere nell'elaborazione di una tesi di laurea predisposta in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore, eventualmente supportata da video multimediali e/o digitali (riguardanti, a seconda degli indirizzi, la teoria e/o le tecniche della comunicazione sociale e istituzionale, l'analisi di esperienze comunicative effettuate presso associazioni e/o imprese del terzo settore, aziende private, agenzie pubblicitarie, uffici per le relazioni con il pubblico, istituzioni e/o organismi di rappresentanza politica). L'elaborato finale sarà presentato dallo studente ad Commissione proposta dal Consiglio di Corso di Studio ed approvata dal Preside della Facoltà secondo le modalità stabilite dal regolamento didattico di Facoltà e dal CdS.

Insegnamenti 1 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
14533 - ANAL. LING. PUBBLICITARIO, POLITICO E NORMATIVO E ANAL. LIN. POLITIC.	9	Ann.	V		
- ANALISI DEL LINGUAGGIO POLITICO *Sottile(PA)*	*3*	*Ann.*		*L-FIL-LET/12*	*C*
- ANALISI DEL LINGUAGGIO PUBBLICITARIO, POLITICO E NORMATIVO *Paternostro(PA)*	*6*	*Ann.*		*L-FIL-LET/12*	*C*
13258 - INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA *Gambino(RU)*	6	Ann.	V	ING-INF/05	B
13259 - TEORIA E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE E D'IMPRESA *Cappello(PA)*	6	Ann.	V	SPS/08	B
05418 - ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE *Ingrassia(PO)*	9	Ann.	V	SECS-P/10	B
06120 - PSICOLOGIA SOCIALE *Boca(PO)*	9	Ann.	V	M-PSI/05	B
07407 - TEORIA DELLA LETTERATURA *Coglitore(PO)*	9	Ann.	V	L-FIL-LET/14	C
Gruppo di attiv. form. opzionali	9				B
	57				

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
07807 - FILOSOFIA POLITICA *Vaccaro(PO)*	6	Ann.	V	SPS/01	C
13300 - TEORIA E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE POLITICA *Scaglione(PC)*	6	Ann.	V	SPS/08	B

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)

Insegnamenti 2 ° anno	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
14184 - TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO	3	Ann.	G		F
06597 - SOCIOLOGIA POLITICA *Macaluso(PA)*	6	Ann.	V	SPS/11	B
13319 - TEORIA E TECNICA DEL SONDAGGIO DI OPINIONE E MARKETING POLITICO	12	Ann.	V		
- MARKETING POLITICO *Caracci(PC)*	*6*	*Ann.*		*SPS/08*	*B*
- TEORIA E TECNICA DEL SONDAGGIO DI OPINIONE *Parroco(PO)*	*6*	*Ann.*		*SECS-S/05*	*B*
07679 - ULTERIORI CONOSC.LINGUISTICHE	3	Ann.	G		F
05917 - PROVA FINALE	18	Ann.	G		E
Attiv. form. a scelta dello studente	9				D
	63				

GRUPPI DI ATTIVITA' FORMATIVE OPZIONALI

Gruppo di attiv. form. opzionali	CFU	Sem.	Val.	SSD	TAF
02742 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE *Di Betta(PA)*	9	Ann.	V	SECS-P/08	B
06334 - SCIENZA POLITICA *Soare(PC)*	9	Ann.	V	SPS/04	B

Legenda: Per. = periodo o semestre, Val. = Valutazione (V=voto, G=giudizio), TAF= Tipologia Attività Formativa (A=base, B=caratterizzante, C=Affine, S=stages, D=a scelta, F=altre)