CORSO DI LAUREA IN

INFORMAZIONE, MEDIA, PUBBLICITÀ

L-20 classe delle lauree in scienze della comunicazione

Obiettivi formativi
Il Corso di laurea in Informazione, media, pubblicità (L-20) è costruito su un progetto formativo che integra la dimensione del “sapere” con quella del “fare”, per sviluppare capacità di:
• analisi critica dell’uso delle diverse tecniche, metodologie e linguaggi negli ambiti del sociale, dei media e delle forme organizzative e spettacolari;
• progettazione di contenuti mediiali, forme spettacolari, prodotti per l’industria culturale e per il mondo dell’editoria e della pubblicità;
• sviluppo e diffusione dei prodotti comunicativi attraverso diverse forme mediiali con particolare attenzione ai linguaggi del web e dei social media.

Il nostro obiettivo è formare figure professionali con competenze relative ai linguaggi mediiali e alle discipline dello spettacolo, alle forme espressive contemporanee con particolare attenzione alle nuove forme mediiali al fine di:
- operare nel campo della comunicazione mediata, in particolare quella giornalistica e quella relativa all’ideazione, produzione e gestione dello spettacolo e dell’intrattenimento nei diversi apparati dell’industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet);
- operare nel campo della comunicazione pubblicitaria, pubblica e d’impresa con particolare riferimento alle organizzazioni complesse pubbliche e private e alle forme di comunicazione transmediale.

Prospettive occupazionali
Il Corso di laurea crea figure professionali in possesso di competenze già sufficientemente specifiche per poter entrare nel mercato del lavoro.

Principal profili professionali previsti: addetto pubbliche relazioni, copywriter, direttore artistico, esperto gestione e pianificazione dei media, giornalista, organizzatore eventi, pubblicitario, redattore, responsabile editoriale, sceneggiatore, social media manager, content editor, ecc.

Informazioni sulla struttura didattica del corso
• il percorso di studi prevede un massimo di 20 esami;
• è costruito da moduli e altre attività formative (ad esempio seminari interdisciplinari, incontri con esperti, partecipazione a progetti, ecc.) tenute da docenti esperti e professionisti del mondo della comunicazione;
• sono previste attività di stage.

I Curricula
• Comunicazione pubblicitaria
  forma profili professionali nell’area della creatività pubblicitaria oltre a fornire competenze professionalizzanti nell’area della cultura e della comunicazione, con un forte orientamento alle innovazioni introdotte dai media digitali.
• Comunicazione digitale
  crea competenze in ambito di produzione di contenuti digitali, social media management e analisi, scrittura e pianificazione sui canali sociali, spendibili trasversalmente in diversi ambiti occupazionali.
• Professioni dei media e del giornalismo
  crea competenze nell’area dell’informazione, delle forme spettacolari e dell’intrattenimento con forte connessione agli sviluppi introdotti dai media digitali nei processi di comunicazione.

Modalità di accesso
Corso ad accesso libero.

Corsi di laurea magistrale affini
Comunicazione e pubblicità per le organizzazioni LM-59.

Lo sai che...
• Seminari ed eventi: il Corso organizza incontri, seminari e workshop avvalendosi della collaborazione di esperti del mondo della comunicazione e della pubblicità, dei media, dell’arte e delle organizzazioni;
• Produzioni: alcuni prodotti comunicativi realizzati dagli studenti del Corso sono stati presentati all’interno di Festival ricevendo menzioni e riconoscimenti;
• la COLONIA della comunicazione: è attiva un’agenzia di comunicazione interna al Corso di laurea dove studenti realizzano campagne su commissione di enti e imprese esterne e partecipano a bandi di concorso e gare pubbliche con la supervisione di docenti e professionisti della comunicazione.

Informazioni Docenti/Tutor di riferimento
Prof.ssa Sabrina Moretti - referente del Corso
Email sabrina.moretti@uniurb.it

Scuola di Scienze della comunicazione
Via Saffi, 15 - 61029 Urbino
Enrica Cimarelli - Tel. 0722 305720
Chiara Lelli - Tel. 0722 305721
Email scuola.comunicazione@uniurb.it

Referente stage e tirocini:
Alberta Arosio - Tel. 0722 305790
Email alberta.arosio@uniurb.it

Servizio di tutorato: Tel. 0722 305703
Email tutor.comunicazione@uniurb.it

Supporto immatricolazioni e gestione carriere
Consulta il sito www.uniurb.it/immatricolazioni
Scopri le FAQ su www.uniurb.it/faq
Apri un ticket su helpme.uniurb.it
Contatta il numero +39 0722 303030

Link utili
www.uniurb.it/corsi/1756842
## PIANO DEGLI STUDI DEL CORSO DI LAUREA IN

### INFORMAZIONE, MEDIA, PUBBLICITÀ

### Primo anno

<table>
<thead>
<tr>
<th>Insegnamento</th>
<th>CFU</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Diritto dell'informazione e della comunicazione</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Lingua e cultura inglese</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Semiotica</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Socializzazione e processi culturali</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Sociologia della comunicazione e dei media digitali</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Studi culturali</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Storia contemporanea</td>
<td>10</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Secondo anno

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tre insegnamenti a scelta tra i seguenti:</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>- Forme e generi del cinema e dell’audiovisivo</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>- Linguaggi mediiali, performance e forme dello spettacolo</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>- Comunicazione pubblica</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>- Television studies</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Metodologia e tecniche della ricerca sociale</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Statistica sociale e analisi dei consumi</td>
<td>10</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Due insegnamenti a scelta tra i seguenti:

| - Laboratorio di metodologia delle scienze sociali                            | 6   |
| - Sociologia del benessere                                                    | 6   |
| - Sociologia del tempo libero                                                  | 6   |
| - Sociologia dei processi formativi                                           | 6   |
| - Laboratorio di social media                                                 | 6   |
| - Semiotica delle arti visive                                                  | 6   |
| - Strategie di comunicazione e valorizzazione dei beni culturali              | 6   |
| - Distribuzione, circolazione e ricezione del cinema e degli audiovisivi      | 6   |
| - Storia dei consumi culturali                                                | 6   |

### Curriculum COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

**Terzo anno**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Insegnamento</th>
<th>CFU</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Linguaggi della pubblicità e della comunicazione visuale</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketing e comunicazione d’impresa</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Analisi sociale delle pratiche di consumo</td>
<td>6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Due idoneità a scelta tra:

| - Laboratorio di organizzazione degli eventi culturali e dello spettacolo  | 6   |
| - Laboratorio di produzione audiovisivi                                     | 6   |
| - Laboratorio di costruzione del messaggio pubblicitario                    | 6   |
| - Laboratorio contenuti web                                                  | 6   |
| - Stage e tirocini                                                           | 6   |

Due esami a scelta tra* Prova finale                                          Prova finale 10

### Curriculum COMUNICAZIONE DIGITALE

**Terzo anno**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Insegnamento</th>
<th>CFU</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Internet Studies</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Marketing e pubbliche relazioni digitali</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Analisi dei linguaggi internet</td>
<td>6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Due idoneità a scelta tra:

| - Laboratorio di organizzazione degli eventi culturali e dello spettacolo  | 6   |
| - Laboratorio di produzione audiovisivi                                     | 6   |
| - Laboratorio di costruzione del messaggio pubblicitario                    | 6   |
| - Laboratorio contenuti web                                                  | 6   |
| - Stage e tirocini                                                           | 6   |

Due esami a scelta tra* Prova finale                                          Prova finale 10

### Curriculum PROFESSIONI DEI MEDIA E DEL GIORNALISMO

**Terzo anno**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Insegnamento</th>
<th>CFU</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Linguaggi e tecniche del giornalismo</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Radiotelevisioni</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Analisi dei linguaggi internet</td>
<td>6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Due idoneità a scelta tra:

| - Laboratorio di organizzazione degli eventi culturali e dello spettacolo  | 6   |
| - Laboratorio di produzione audiovisivi                                     | 6   |
| - Laboratorio di costruzione del messaggio pubblicitario                    | 6   |
| - Laboratorio contenuti web                                                  | 6   |
| - Stage e tirocini                                                           | 6   |

Due esami a scelta tra* Prova finale                                          Prova finale 10

### Nota*:

- Analisi delle reti sociali                                                  6
- Analisi dei linguaggi internet                                              6
- Analisi sociale delle pratiche di consumo                                  6
- Storia del teatro greco                                                     6
- Letteratura e cinema                                                        6
- Sociologia del tempo libero                                                 6
- Sociologia del benessere                                                    6
- Sociologia della metodologia della ricerca qualitativa                      6
- Storia dei consumi culturali                                                6
- Semiotica delle arti visive                                                 6
- Distribuzione, circolazione e ricezione del cinema e degli audiovisivi     6
- Strategie di comunicazione e valorizzazione dei beni culturali             6
- Analisi dell’opinione pubblica                                              6

---

www.uniurb.it informazioni@uniurb.it