



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DEL MOLISE

GUIDA DELLO STUDENTE
ANNO ACCADEMICO
2008·2009

FACOLTÀ DI SCIENZE UMANE E SOCIALI

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE
**SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITÀ**

Indice

Saluti del Rettore	.5
Presentazione unimol	.7
La scelta, le facoltà e i corsi di studio	.8
Le nostre sedi	.9
Unimol on line	.10
Organizzazione generale	.12
Regolamento didattico di ateneo	.15
Calendario accademico 2008 - 2009	.15
Le strutture	.18
Diritto allo studio	.19
Lo studente al centro dell'università	.20
Servizi agli studenti	.24
Informazioni generali per gli studenti	.26
Strutture e servizi di supporto alla didattica	.28
Attività culturali, ricreative e sportive	.30
Facoltà di Scienze Umane e Sociali	.34
Informazioni sulla Facoltà	.34
Denominazione: Facoltà di Scienze Umane e Sociali	.34
Sito web: www.unimol.it Didattica – Facoltà Scienze Umane e Sociali	.34
Sede di Isernia	.34
Segreteria di Presidenza di Facoltà: Sede di Campobasso	.37
Sede di Isernia	.37
Curriculum scientifico dei docenti	.38
Organizzazione degli insegnamenti	.38
Aula virtuale	.38
Informazioni in bacheca o sito web	.38
Calendario Accademico	.38
Test di ingresso	.38
Orientamento e tutorato	.39
Internazionalizzazione e Programma Erasmus	.39
Stage e Tirocini	.39
Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione	
Pubblica, d'Impresa e Pubblicità	.40
Profili e sbocchi professionali	.52
Offerta Didattica 2008/2009	.60
Programmi Insegnamenti – I Anno	.62
Comunicazione visiva	.63
Diritto dell'informazione e della comunicazione	.64
Ermeneutica della comunicazione	.65
Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione	.66
Organizzazione di eventi culturali e artistici	.67

Politica economica dell'informazione68
Promozione d'immagine e pubblicità69
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni70
Strategie di comunicazione d'impresa71
Teoria della comunicazione72
Programmi Insegnamenti – Il Anno73
Comportamento organizzativo74
Laboratorio di costruzione di un sito web per la P.A.75
Laboratorio di sviluppo Uffici Relazione con il Pubblico76
Politica economica dei media77
Psicologia del lavoro e dell'organizzazione78
Strategia e tecnica della comunicazione pubblica79
Teoria e tecnica della comunicazione visiva80

Care Studentesse, cari Studenti,

ventisei anni fa nasceva il nostro Ateneo. Oggi possiamo affermare che molte scommesse sono state vinte, grazie agli sforzi di tutti: studenti, docenti, ricercatori, personale tecnico-amministrativo, raggiungendo un buon livello di qualità. Ciò è testimoniato nei dati Almalaurea basati sulle dichiarazioni dei nostri laureati

Inizia un nuovo anno accademico. Molti di voi si iscrivono quest'anno per la prima volta all'Università, altri continuano gli studi o si avviano a concluderli. A tutti desidero formulare l'augurio di iniziare nel modo migliore il percorso universitario.

Un percorso caratterizzato sempre da una continua collaborazione con i nostri docenti, con il personale universitario e con i vostri colleghi, che riusciranno a farvi sentire di essere parte di questa realtà.

In questi anni l'Università del Molise ha progettato ed avviato molti nuovi corsi di laurea, rinnovando e ampliando notevolmente l'offerta formativa. Ha concretizzato il piano di sviluppo di edilizia universitaria, dalle nuove sedi didattiche al collegio medico appena inaugurato. La didattica post universitaria è stata sviluppata e rafforzata per consentire a quanti intendano proseguire gli studi di specializzarsi presso il nostro Ateneo.

Si tratta di un grande progetto: infatti non solo sono stati introdotti nuovi percorsi di studio per rispondere al meglio al bisogno degli studenti di crearsi una solida preparazione culturale e professionale, ma anche per dare una risposta importante e di lungo periodo alle esigenze di qualità dell'intero tessuto territoriale.

L'istituzione della Facoltà di Ingegneria e della Facoltà di Medicina e Chirurgia rappresentano per il Molise e per i giovani non solo un progetto determinante di crescita culturale e di formazione, ma anche, e soprattutto, un fattore decisivo di cambiamento indispensabile per lo sviluppo civile, economico e sociale della comunità molisana.

I punti chiave del nostro impegno, che intendiamo ulteriormente rafforzare, sono una sempre maggiore attenzione alle esigenze degli studenti, ai servizi di tutorato e orientamento, alla costante valutazione e verifica della qualità della didattica e della ricerca, alle opportunità di completare all'estero la preparazione universitaria, ed un più stretto rapporto con il territorio e il mondo produttivo e culturale.

È con questa determinazione che un progetto così impegnativo è portato avanti.

Coordinare e integrare gli sforzi, produrre, attuare strategie chiare, univoche e condivise è garanzia di risultato e di crescita perché, come dice lo slogan di quest'anno, Unimol siamo noi!

Giovanni Cannata
 Rettore dell'Università degli Studi del Molise

PRESENTAZIONE UNIMOL

L'Università degli Studi del Molise è una realtà innovativa e funzionale all'interno del sistema universitario italiano. E questo grazie alle strutture didattiche e scientifiche di avanguardia, al rapporto numerico ottimale docenti-studenti e alle opportunità di formazione. Sono più di 10.000 gli studenti iscritti.

Istituita con Legge 14 agosto 1982, n. 590, nell'ambito del "Piano quadriennale di sviluppo universitario e istituzione di nuove università" al Titolo II, capo IV, art. 22, comma 1, venne stabilito: "A decorrere dall'Anno Accademico 1982/83 è istituita l'Università degli Studi del Molise con sede in Campobasso".

La prima Facoltà dell'Ateneo molisano fu quella di Agraria, tenuto conto del contesto socio-economico in cui il nuovo polo universitario andava ad inserirsi. La costante attenzione dell'Ateneo verso le esigenze espresse dal territorio ha determinato, nel corso degli anni Novanta, un notevole arricchimento dell'offerta didattica ed una sua diversa articolazione sul territorio.

Unimol propone un'offerta formativa ampia e articolata nella quale trovano posto contenuti culturali e aspetti professionalizzanti.

Sviluppata su quattro sedi - Campobasso, Isernia, Termoli e Pesche (Is) - oggi sono attive otto Facoltà: Agraria, Economia, Giurisprudenza, Scienze Matematiche Fisiche e Naturali, Scienze Umane e Sociali, Scienze del Benessere, Ingegneria, Medicina e Chirurgia. L'Ateneo offre la possibilità di iscriversi e frequentare le due Scuole di Specializzazione, la Scuola di Formazione e Specializzazione all'Insegnamento Secondario "G.A.Colozza" e la Scuola di Specializzazione per le Professioni Legali.

Punto di eccellenza in termini di efficienza e qualità è il Centro Servizi di Alta Formazione per il Management Pubblico e Privato dell'Università degli Studi del Molise "UNIMOL Management" che cura l'organizzazione e la gestione di progetti formativi di rilevante carattere applicativo per i settori pubblico e privato.

Una ricca offerta formativa che rappresenta il completamento funzionale della didattica e della ricerca dell'Ateneo e il carattere tranquillo e raccolto delle città permettono un rapido e armonico inserimento della studente nella vita universitaria e sociale.

L'Università degli Studi del Molise sviluppa e diffonde la cultura, le scienze e l'istruzione superiore attraverso le attività di ricerca e di insegnamento e la collaborazione scientifica con istituzioni italiane ed estere. Ogni Facoltà ha una sistemazione in sedi di prestigio attrezzate con le più moderne tecnologie. Il Rettore e gli Organi di Governo dell'Ateneo sono sempre attenti ad ascoltare le esigenze degli studenti e garantire una sempre maggiore qualità della didattica e della ricerca.

Università degli Studi del Molise
Via Francesco De Sanctis - 86100 Campobasso
www.unimol.it - tel. 0874 4041

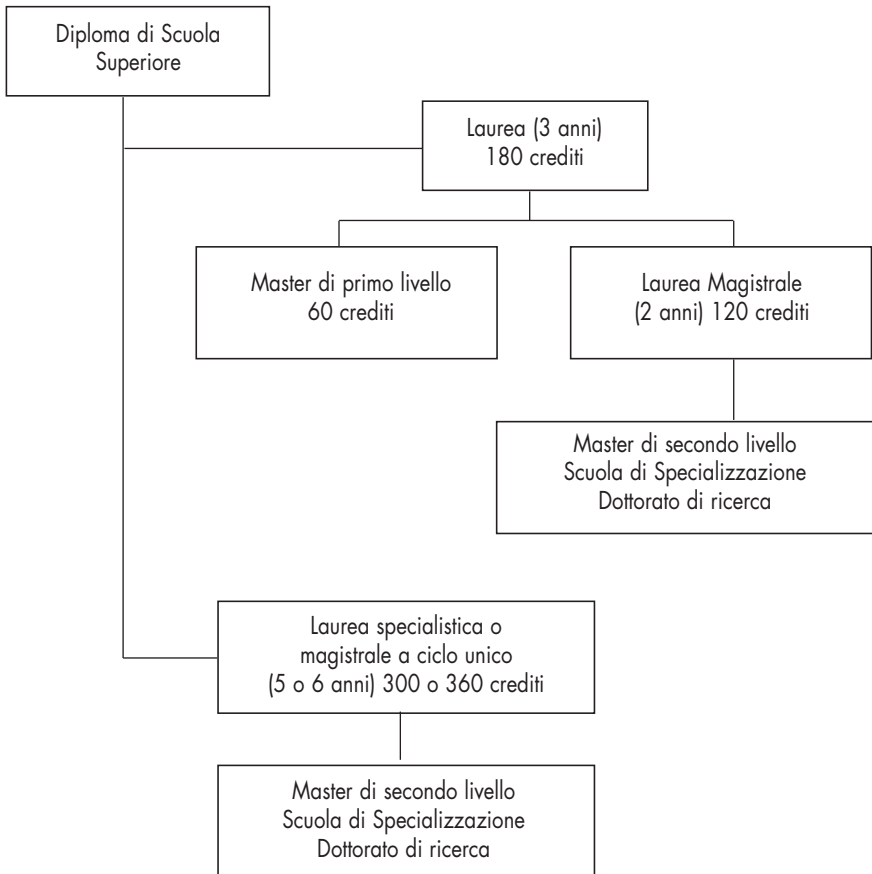
Centro Orientamento e Tutorato
cort@unimol.it - tel. 0874 404542

LA SCELTA, LE FACOLTÁ E I CORSI DI STUDIO

L'ATTUALE ORDINAMENTO

La nostra Università offre una vasta scelta di corsi. Lo studente può scegliere tra una attività di studio a tempo pieno o a tempo parziale.

La laurea si consegue in 3 anni, fatta eccezione per le Lauree specialistiche e magistrali a ciclo unico (Medicina e Chirurgia e Giurisprudenza). Conseguita la laurea si potrà scegliere se entrare subito nel mondo del lavoro, oppure se continuare gli studi per conseguire un Master di primo livello (1 anno) o la Laurea Magistrale (2 anni), che consente poi l'accesso ai corsi di studio di livello superiore: Scuole di Specializzazione, Dottorato di Ricerca, Master di secondo livello. Il percorso formativo, quindi, può essere così rappresentato



LE NOSTRE SEDI

Facoltà di Agraria

Via De Sanctis III Edificio Polifunzionale
Campobasso 86100 - tel. 0874 404353
e-mail: agraria@unimol.it
Corso di laurea in Scienze e Tecnologie
Forestali e Ambientali sede Pesche

Facoltà di Economia

Via De Sanctis II Edificio Polifunzionale
Campobasso 86100 - tel. 0874 404360
e-mail: economia@unimol.it
Corso di laurea in Scienze Turistiche sede
Termoli
Corso di laurea in Archeologia, Beni
Culturali e Turismo (Indirizzo turismo) sede
di Termoli
Corso di laurea in Scienze della Politica e
dell'Amministrazione sede Isernia
Corso di laurea in Scienze Politiche e di
Governare sede Isernia

Facoltà di Giurisprudenza

Viale Manzoni I Edificio Polifunzionale
Campobasso 86100 - tel. 0874 404559
e-mail: giur@unimol.it
Corso di laurea in Scienze della Politica e
dell'Amministrazione sede Isernia
Corso di laurea in Scienze Politiche e di
Governare sede Isernia

Facoltà di Scienze Matematiche Fisiche e Naturali

C.da Fonte Lappone
Pesche (Is) 86090 - tel. 0874 404100
e-mail: scienze@unimol.it

Facoltà di Scienze del Benessere

Via De Sanctis
Campobasso 86100 - tel. 0874 404764
e-mail: scimoto@unimol.it

Facoltà di Scienze Umane e Sociali

Via De Sanctis II Edificio Polifunzionale
Campobasso 86100 - tel. 0874 404362
e-mail: scienzeumane@unimol.it
Corso di laurea in Lettere sede Isernia
Corso di laurea in Beni Culturali sede Isernia
Corso di laurea in Archeologia, Beni
Culturali e Turismo sede Isernia*

Facoltà di Medicina e Chirurgia

C.da Tappino
Campobasso 86100 - tel. 0874 404728
e-mail: medicina@unimol.it

Facoltà di Ingegneria

Via Duca degli Abruzzi
Termoli 86039 - tel. 0874 404803
e-mail: ingegneria@unimol.it

Centro "G.A. Colozza"

Via De Sanctis II Edificio Polifunzionale
Campobasso 86100 - tel. 0874 404835
e-mail: colozza@unimol.it

UNIMOL ON LINE

Grazie per aver scelto l'Università degli Studi del Molise. Sul sito www.unimol.it → Portale dello Studente c'è una sezione interamente dedicata a te.

Una serie di servizi sono a tua disposizione:

- immatricolazioni;
- iscrizioni alle selezioni per l'accesso ai corsi a numero programmato;
- iscrizioni ad anni successivi;
- presentazione dei dati reddituali e patrimoniali (ISEE) ai fini dell'esonero parziale dal pagamento delle tasse e dei contributi universitari;
- passaggi di corso;
- trasferimenti da altro Ateneo;
- trasferimenti presso altro Ateneo;
- richiesta di convalida esami, con o senza abbreviazione di corso.

Dopo esserti autenticato, evitando di andare agli uffici delle Segreterie Studenti puoi controllare:

- il tuo percorso formativo;
- la corrispondenza dei tuoi dati anagrafici;
- la regolarità dei pagamenti delle tasse universitarie;
- visionare il piano di studi;
- stampare direttamente alcuni tipi di certificati.

Personale qualificato è a disposizione presso le Aule Multimediali dove è possibile usufruire dei computer per accedere alle procedure di immatricolazione o iscrizione e stampare i relativi moduli.

Le postazioni fisse si trovano:

- nell'Aula Multimediale (Il Edificio Polifunzionale, Campobasso)
- nella biblioteca d'Ateneo (viale Manzoni, Campobasso)
- nella sede della Facoltà di Giurisprudenza (viale Manzoni, Campobasso)
- nella sede della Facoltà di Termoli (via Duca degli Abruzzi)
- nella sede della Facoltà di Isernia (via De Gasperi "Palazzo Orlando")
- nella sede della Facoltà di Pesche (Località Fonte Lappone)

È attivo un indirizzo di posta elettronica: helpdesk3@unimol.it dove indirizzare tutte le richieste di assistenza e di chiarimento o per segnalare un problema. Naturalmente la nuova struttura informatica non sostituirà il tradizionale servizio agli sportelli che resterà sempre disponibile.

Immatricolazioni e Iscrizioni all'A.A. 2008 - 2009

I termini per le immatricolazioni e le iscrizioni agli anni successivi, per l'A.A. 2008 - 2009 decorrono dal 1° agosto 2008 al 1° ottobre 2008.

Nel rispetto dei vincoli e dei requisiti dettati dal Regolamento Tasse e Contributi per l'A.A. 2008 - 2009, lo studente dovrà dichiarare - entro il 30 gennaio 2009 - il dato relativo all'Indicatore della Situazione Economica Equivalente (ISEE), ai fini del calcolo della seconda rata. In caso di mancata dichiarazione, la seconda rata verrà calcolata nella misura massima stabilita.

Le Segreterie Studenti provvedono alla gestione delle carriere dello studente a partire dalla sua iscrizione all'Università, fino alla laurea e al completamento del percorso universitario.

Lo studente può rivolgersi agli Uffici di Segreteria per chiedere informazioni ed assistenza per l'espletamento delle seguenti pratiche:

- preiscrizioni, immatricolazioni e iscrizioni ai vari corsi di studio;
- piani di studio ed abbreviazioni di carriera;
- registrazione esami di profitto;
- trasferimenti e passaggi di corso con convalida esami;
- domanda di ammissione all'esame finale di laurea e procedure per il conseguimento del titolo;
- tasse universitarie: importi, scadenze e modalità di pagamento;
- rilascio certificati, libretti di iscrizione, duplicati e altre informazioni;
- immatricolazione studenti stranieri e riconoscimento titoli stranieri;
- esami di stato per l'abilitazione all'esercizio delle professioni di: Dottore Commercialista ed Esperto Contabile, Dottore Agronomo, Assistente Sociale, Ingegnere, Biologo e Tecnologo Alimentare.

ORGANIZZAZIONE GENERALE

Sono Organi di Governo dell'Università:

Il Rettore

rappresenta l'Università ad ogni effetto di legge

Il Senato Accademico

è l'organo responsabile dell'indirizzo, della programmazione e dello sviluppo delle attività didattiche e di ricerca dell'Ateneo. È composto dal Rettore, dal Prorettore, dai Presidi di Facoltà e dai Direttori di strutture equiparati ai Dipartimenti, dai Direttori dei Dipartimenti e dei Centri equiparati ai Dipartimenti, dal Direttore Amministrativo.

Il Senato Accademico Integrato

è stato costituito ai sensi dell'art. 16 della Legge 9 maggio 1989, n.168, con D.R. n.128 del 28.3.91, con la funzione di elaborare e approvare lo Statuto dell'Università e successive modifiche. Il Senato Accademico Integrato è composto dal Rettore, che lo presiede, dai Presidi di Facoltà, dal Direttore Amministrativo, e dai Direttori di Dipartimento e da una rappresentanza di docenti, ricercatori, personale tecnico-amministrativo e rappresentanti degli studenti.

Il Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo di programmazione, indirizzo e controllo della gestione finanziaria, amministrativa e patrimoniale dell'Ateneo.

Le strutture didattiche sono:

Le Facoltà

Le Facoltà sono strutture primarie atte a programmare e coordinare le attività didattiche finalizzate al conferimento dei titoli di studio. Tali attività si esplicano sia attraverso i percorsi formativi indicati dagli ordinamenti didattici, nel rispetto delle procedure previste per la loro attivazione, sia con la promozione di altre specifiche iniziative di sperimentazione didattica, che possono portare al miglioramento quantitativo e qualitativo dell'offerta didattica, anche in collaborazione con enti pubblici e privati, nonché con la partecipazione a iniziative didattiche promosse da altri enti. Le Facoltà possono organizzare corsi di perfezionamento ed aggiornamento professionale, di istruzione permanente o ricorrente, attività culturali, formative, di orientamento e tutorato.

Sono organi della Facoltà il Preside ed il Consiglio di Facoltà:

Il Preside

Il Preside rappresenta la Facoltà, è responsabile della conduzione della stessa in conformità agli indirizzi e alle determinazioni del Consiglio.

Il Consiglio di Facoltà

Il Consiglio di Facoltà ha il compito primario di organizzare e coordinare l'attività delle strutture didattiche afferenti alla Facoltà. A tal fine le Facoltà hanno autonomia didattica e organizzativa, nel rispetto degli indirizzi fissati dal Senato Accademico, nelle materie di propria competenza.

Le Commissioni di Facoltà

Le Facoltà possono costituire commissioni temporanee o permanenti con compiti istruttori, consultivi o propositivi assegnati dal Consiglio di Facoltà. La composizione, le procedure di elezione o di nomina dei componenti, le norme di funzionamento delle commissioni e quelle che disciplinano i loro rapporti con gli organi della Facoltà sono definite dal Regolamento della Facoltà.

Corsi di Studio

Sono definiti tali tutti quei corsi che prevedono il rilascio di un titolo accademico: laurea triennale, magistrale, specializzazione, master e dottorato di ricerca.

Scuola di Specializzazione

Le scuole di specializzazione sono istituite, in conformità alle vigenti disposizioni legislative e comunitarie, su proposta delle Facoltà e dei Dipartimenti, con decreto del Rettore, su delibera del Senato Accademico, sentito il Consiglio di Amministrazione. Esse hanno autonomia didattica nei limiti della normativa vigente sull'ordinamento e sullo statuto universitario.

Il Corso di specializzazione ha l'obiettivo di fornire allo studente conoscenze e abilità per funzioni richieste nell'esercizio di particolari attività professionali e può essere istituito esclusivamente in applicazione di specifiche norme di legge o di direttive dell'Unione Europea, fatte già proprie dall'Ordinamento Giuridico Italiano. Per essere ammessi ad un Corso di specializzazione occorre essere in possesso del Diploma di Laurea, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo ai sensi delle leggi vigenti. Per conseguire il Diploma di specializzazione lo studente deve aver acquisito un numero di crediti compreso tra 300 e 360, comprensivi di quelli già acquisiti e riconosciuti validi per l'ammissione al Corso, numero che viene precisato dai decreti ministeriali.

Corsi di Dottorato

È un corso post-lauream, della durata di 3-4 anni, al quale si accede tramite concorso pubblico. Ha lo scopo di fornire competenze specialistiche finalizzate alla ricerca e alla sperimentazione. Il titolo di dottore di ricerca si consegue tramite la partecipazione ad apposite attività di ricerca. Tali attività vengono di regola svolte presso un Dipartimento e/o presso altre strutture di ricerca italiane e straniere, secondo programmi riconosciuti dall'Università e dal Consorzio di appartenenza del dottorato.

Attività di formazione finalizzata

L'Università, previa individuazione delle risorse da impiegare e con delibera del Consiglio di Amministrazione su parere conforme del Senato Accademico, può deliberare l'organizzazione di corsi di perfezionamento post-lauream, corsi di aggiornamento professionale, corsi di preparazione all'esercizio delle professioni, di formazione alle carriere pubbliche e di formazione pro-

fessionale. Tali attività sono affidate, di norma, alla vigilanza scientifica delle Facoltà competenti per materia.

Dipartimento

È la struttura organizzativa di uno o più settori di ricerca e dei relativi insegnamenti. Promuove e coordina l'attività di ricerca e concorre alle attività didattiche.

REGOLAMENTO DIDATTICO DI ATENEO

Il Regolamento Didattico di Ateneo disciplina sia gli ordinamenti didattici dei corsi di studio attivati presso l'Università per il conseguimento dei titoli universitari secondo il D.M. del 22 ottobre 2004, n.270, che gli aspetti organizzativi dell'attività didattica comuni ai corsi di studio.

La versione integrale del regolamento e i regolamenti dei singoli Corsi di studi sono consultabili sul sito web:

www.unimol.it → sezione ATENEO → norme e regolamenti → Regolamento didattico di Ateneo.

CALENDARIO ACCADEMICO 2008 - 2009

Definisce l'anno accademico che decorre dal 1 Ottobre 2008 al 30 Settembre 2009. L'anno accademico è suddiviso in due semestri il primo decorre dal 01 Ottobre 2008 e termina il 24 Gennaio 2009 e il secondo decorre dal 02 marzo 2009 e termina il 06 giugno 2009. Nel Calendario, oltre alle principali scadenze relative ai termini di immatricolazione e di iscrizione e di pagamento delle relative tasse, sono indicate le **festività accademiche** ed i giorni di **chiusura per festività del Santo Patrono delle città sedi universitarie** (Campobasso, Isernia, Pesche e Termoli).

Sospensione delle attività didattiche - Festività

Tutti i santi:	1° novembre 2008 (sabato)
Immacolata Concezione:	8 dicembre 2008 (lunedì)
Vacanze di Natale:	dal 20 dicembre 2008 (sabato) al 6 gennaio 2009 (martedì)
Vacanze di Pasqua:	dal 9 aprile 2009 (giovedì) al 15 aprile 2009 (mercoledì)
Ricorrenza del Santo Patrono:	Campobasso: 23 aprile 2009 (giovedì) Termoli: 4 agosto 2009 (martedì) Isernia: 19 maggio 2009 (martedì) Pesche: 29 settembre 2009 (martedì)
Anniversario della Liberazione:	25 aprile 2009 (sabato)
Festa del lavoro:	1° maggio 2009 (venerdì)
Anniversario della Repubblica:	2 giugno 2009 (martedì)

Date da ricordare

1° agosto 2008*

Inizio periodo di presentazione delle domande di immatricolazione e di iscrizione ad anni successivi, di passaggio ad altro corso di studio, di trasferimento ad altre Università, di opzione ai corsi del nuovo ordinamento e di presentazione o variazione del piano di studio individuale.

Inizio periodo di presentazione delle autocertificazioni ai fini dell'esonero totale e/o parziale dal pagamento delle tasse e dei contributi universitari.

30 agosto 2008	Termine per la presentazione delle istanze di rilascio di nulla osta al trasferimento sui corsi a "numero programmato" di studenti provenienti da altre sedi.
19 settembre 2008	Termine per il rilascio di nulla osta ai trasferimenti in entrata sui corsi a "numero programmato".
1° ottobre 2008	Inizio anno accademico 2008 - 2009. Inizio attività accademiche - primo semestre.
1° ottobre 2008*	Scadenza del termine di presentazione delle domande di immatricolazione e di iscrizione ad anni successivi, di trasferimento da e ad altre Università, di presentazione della domanda di convalida. (NB: per la presentazione della domanda di trasferimento lo studente deve essere in regola con la propria posizione amministrativa).
24 gennaio 2009	Termine attività accademiche primo semestre.
30 gennaio 2009	Scadenza del termine di presentazione delle autocertificazioni ai fini dell'esonero totale e/o parziale dal pagamento delle tasse e dei contributi universitari.
gennaio - marzo 2009	Primo appello sessione ordinaria - (per i corsi semestralizzati attivati nel primo semestre dell'A.A. 2008-2009).
02 marzo	Inizio attività accademiche - secondo semestre.
06 giugno	Termine attività accademiche - secondo semestre.
30 giugno 2009	Scadenza del termine per il pagamento della seconda rata delle tasse e dei contributi universitari.
giugno 2009	Inizio esami sessione estiva.
30 settembre 2009	Fine attività accademiche.

** (fatta eccezione per i corsi per l'accesso a numero programmato per i quali si fa rinvio ai singoli Bandi di selezione)*

Termini per la prenotazione all'esame finale di laurea:

- * sessione di laurea estiva: dal 21 al 30 aprile
- * sessione di laurea autunnale: dal 1° al 10 settembre
- * sessione di laurea straordinaria/ordinaria: dal 1° al 20 dicembre

La prenotazione non è valida per una sessione diversa da quella per la quale viene effettuata. In caso di mancato sostenimento dell'esame finale, la prenotazione dovrà essere ripetuta secondo le scadenze sopra indicate.

Saranno accolte istanze tardive, dietro il pagamento di contributi di mora fissati in € 100, entro i 15 giorni liberi successivi alla scadenza dei termini sopra indicati. Lo studente che si laurea entro la sessione straordinaria dell'A.A. 2007 - 2008 e che ha provveduto al pagamento della prima rata delle tasse e dei contributi universitari per l'A.A. 2008 - 2009, non è tenuto al pagamento della seconda rata per l'A.A. 2008 - 2009.

LE STRUTTURE

BIBLIOTECHE

La Biblioteca d'Ateneo dell'Università degli Studi del Molise ha lo scopo di conservare, valorizzare ed implementare il patrimonio di raccolte bibliografiche, documentarie ed informatiche, fornendo strumenti di ricerca e di informazione.

Inoltre, organizza mostre, congressi, convegni, giornate di studio e seminari di alto livello scientifico.

Sul sito www.unimol.it nella sezione SERVIZI → Biblioteche è possibile consultare il catalogo on line (OPAC), un elenco di tutti i periodici per i quali l'Ateneo ha in corso un abbonamento alla versione cartacea. Inoltre, qualora vi sia l'opzione si può accedere tramite i computer connessi alla rete telematica dell'Ateneo direttamente ai rispettivi siti web dai quali si potranno ottenere, a seconda dei casi, le informazioni editoriali, gli abstracts o il full-text. È possibile consultare diverse banche dati, periodici elettronici ed e-books.

La nuova sede della Biblioteca di Ateneo è situata in viale Manzoni a Campobasso ed è attigua alla Facoltà di Economia, alla Facoltà di Scienze del Benessere e alla nuova Aula Magna. È aperta dal lunedì al venerdì dalle 8,15 alle 19,45 ed eroga i seguenti servizi: informazione, consultazione, prestito locale e prestito interbibliotecario.

Sede di Isernia

La sede della Biblioteca di Isernia si trova in via Mazzini ed è aperta tutte le mattine, dal lunedì al venerdì, e anche martedì, mercoledì e giovedì pomeriggio. Effettua nei giorni di lunedì, martedì e venerdì servizio di front office e prestito (distribuzione dei documenti per la lettura in sede e l'erogazione dei testi per il prestito esterno, servizio informazioni), reference (aiuto nella ricerca di libri e documentazione), fornitura documenti e prestito interbibliotecario (mette a disposizione materiale documentario non presente nelle raccolte della biblioteca).

Sede di Pesche: aperta tutte le mattine dal martedì al giovedì e mercoledì pomeriggio, effettua il servizio di front office e prestito, reference e fornitura documenti e prestito interbibliotecario mercoledì e giovedì.

Sede di Termoli

La biblioteca di Termoli offre servizi di consultazione, prestito esterno e prestito interbibliotecario. Si trova in Via Duca degli Abruzzi, è aperta tutti i giorni dal lunedì al venerdì.

Essa consta di una sala lettura con accesso a materiali bibliografici relativi alle discipline economiche, turistiche, di ingegneria e di architettura.

DIRITTO ALLO STUDIO

Sportello Università ed Ente Regionale per il Diritto allo Studio Universitario.

L'attività di consulenza ed orientamento per l'accesso ai benefici destinati agli studenti capaci, meritevoli e privi di reddito viene svolta dal Settore Diritto allo Studio, in collaborazione con l'Ente Regionale per il Diritto allo Studio (E.S.U.).

Fermo restando i requisiti di ammissione al beneficio, ed i casi di esclusione disciplinati dal Regolamento Tasse e Contributi, il Settore Diritto allo Studio svolge attività di consulenza agli studenti interessati, ai fini della determinazione dell'Indicatore della Situazione Economica Equivalente (ISEE), da autocertificare on line, entro e non oltre il 30 gennaio 2009.

L'attività di front-office è finalizzata, inoltre, a fornire agli studenti chiarimenti e consulenza in ordine agli adempimenti da porre in essere per la regolarità nel pagamento delle tasse e dei contributi, per l'accesso ad altri benefici ed iniziative di incentivazione e per la concessione di borse di studio.

L'Ente per il Diritto allo Studio Universitario (E.S.U. - www.esu.molise.it) ogni anno mette a disposizione degli studenti più meritevoli e con un reddito familiare basso borse di studio ed eroga contributi per l'alloggio dei fuori sede, per il servizio mensa e per il prestito librario. In collaborazione con l'Università, l'E.S.U. contribuisce anche al finanziamento della mobilità internazionale degli studenti in ambito europeo. Sono inoltre previsti altri incentivi, come l'esenzione da tasse e contributi per gli studenti che conseguono il diploma di scuola media secondaria con il massimo dei voti e premi di laurea per gli studenti che completano il ciclo di studi nei tempi prestabiliti. Dal 1 febbraio 2007 un nuovo sportello E.S.U. è presente all'interno della sede universitaria del III Edificio Polifunzionale di Via De Sanctis, adiacente al Front-Office del Centro Orientamento e Tutorato. Gli orari di apertura sono martedì e giovedì dalle ore 9.00 alle ore 12.00.

Per ogni altra informazione generale su immatricolazioni, iscrizioni, servizi, scadenze, quantificazione degli importi di tasse e contributi, consultare il Manifesto generale degli Studi per l'A.A. 2008 - 2009 pubblicato sul sito web: www.unimol.it nella sezione Portale dello Studente, o recarsi presso uno degli Sportelli delle Segreterie Studenti:

- Sede Campobasso: via F. De Sanctis III Ed. Polifunzionale, tel. 0874 404574/575/576
Responsabile: dott.ssa Alessandra Chierichella
e-mail: segstud@unimol.it - tel. 0874 404590 - fax 0874 404568
Orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.00
martedì e giovedì anche dalle 15.00 alle 16.30.
- Sede Isernia: via De Gasperi "Palazzo Orlando", tel. 0865 4789855
e-mail: segstud@unimol.it - tel. 0865 4789855
Orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.00.
- Sede Termoli: Via Duca degli Abruzzi, tel. 0874 404801 - 404809
e-mail: segstud@unimol.it - tel. 0874 404590 - fax 0874 404568
Orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.00.

LO STUDENTE AL CENTRO DELL'UNIVERSITÀ

L'Ateneo molisano offre servizi di supporto agli studenti, quali orientamento, tutorato, mobilità internazionale, corsi di lingua straniera, stage e placement che integrano e supportano le attività didattiche, al fine di contribuire alla completa formazione dello studente.

CENTRO ORIENTAMENTO E TUTORATO

Il C.Or.T. (Centro Orientamento e Tutorato) ha l'obiettivo di favorire l'accesso e agevolare la permanenza presso l'Università degli Studi del Molise. Il tutorato è finalizzato ad orientare ed assistere gli studenti lungo tutto il percorso degli studi, a renderli attivamente partecipi del processo formativo, a rimuovere gli ostacoli per una proficua frequenza dei corsi, anche attraverso iniziative rapportate alle necessità, alle attitudini ed alle esigenze dei singoli. Ha l'obiettivo, quindi, di risolvere e prevenire gli elementi di criticità che gli studenti Unimol possono incontrare nel loro percorso formativo e di realizzare e trasmettere strategie di inserimento sia in ambito universitario sia professionale.

Gli sportelli del C.Or.T. sono aperti dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 12.30 e martedì e giovedì pomeriggio dalle 15.00 alle 17.00. Sono situati presso il III Edificio Polifunzionale in via De Sanctis a Campobasso.

Numero Verde 800588815 - fax 0874 98700

e-mail: cort@unimol.it

COUNSELING PSICOLOGICO

Il servizio è rivolto a tutti gli studenti dell'Università degli Studi del Molise che spontaneamente manifesteranno il bisogno di accedere al Counseling Psicologico. Esso offre allo studente la possibilità di confrontarsi con uno Psicologo professionista sulle difficoltà personali, relazionali, di studio che incontra nel percorso universitario.

L'accesso al servizio è gratuito e supportato da una segreteria specializzata e dedicata che filtra le istanze e gestisce il calendario delle consulenze specialistiche.

Le richieste e l'accesso sono trattate con procedure che rispettano rigorosamente i dettami della legge sulla privacy e sul rispetto del segreto professionale.

La metodologia utilizzata è di tipo standard e si esplica con una consulenza psicologica articolata in tre incontri. Nel caso in cui, durante gli incontri, si riscontrino forme di patologie è cura del servizio attivare, nel rispetto più assoluto del riserbo e della privacy, la rete territoriale di strutture specializzate al fine di supportare adeguatamente lo studente richiedente. Il Servizio, quindi, porrà molta attenzione ai servizi esterni e si configurerà, eventualmente, come ponte verso la loro fruizione.

Il Servizio svolge, inoltre, un'azione di prevenzione secondaria nel senso che, laddove vi fossero delle difficoltà manifeste e se intercettate precocemente possono essere ridimensionate e possibilmente annullate. La sede per il servizio di Counseling Psicologico è situata presso il II Edificio Polifunzionale.

tel. 0874 404416

e-mail: contattocounseling@unimol.it

UFFICIO DISABILITÀ

L'Ateneo molisano ha attivato, a partire dall'anno accademico 2002 - 2003, il servizio di tutorato per studenti diversamente abili iscritti all'Università. Il fine è di garantire loro la parità del diritto allo studio. Lo studente diversamente abile che presenta richiesta del servizio può usufruire del tutor alla pari, ossia di uno studente dell'Università del Molise che ha il compito di supportare l'attività di studio del soggetto diversamente abile, nonché di facilitarne gli spostamenti all'interno delle strutture universitarie. Il servizio di accoglienza raccoglie le istanze, classifica le richieste e gestisce eventuali invii ai servizi già attivi nell'Ateneo. Sede dell'ufficio è il II Edificio Polifunzionale in Via De Santis, al 1° Piano.

Delegato del Rettore per l'Ufficio Disabilità è il prof. Guido Maria Grasso.
e-mail: disabiliabili@unimol.it - tel. 0874 404727 - tel/fax 0874404842

UFFICIO RELAZIONI INTERNAZIONALI

L'Università, nell'ambito dei programmi di Cooperazione Europea, dedicati all'istruzione superiore, permette agli studenti di intraprendere un periodo di studio riconosciuto in una Università partner degli Stati membri dell'Unione Europea denominato - Programma Erasmus. Lo scopo principale è quello di consentire ai giovani universitari di ampliare la conoscenza delle culture degli altri Paesi europei, di affrontare gli studi con una più completa visione di tradizioni diverse e di migliorare o approfondire la conoscenza delle lingue straniere.

Ogni anno vengono messe a disposizione degli studenti borse di mobilità verso Paesi europei, con i quali l'Università degli Studi del Molise ha stabilito contatti.

L'Ufficio Relazioni Internazionali è situato presso il III Edificio Polifunzionale in via F. De Sanctis a Campobasso.

e-mail: relazint@unimol.it - tel. 0874 404768/415 - fax 0874 404258

Anche il Programma di Apprendimento Permanente - Lifelong Learning Programme (LLP) – Erasmus permette agli studenti di intraprendere un periodo di studio all'estero in una Università partner in uno dei 27 Stati membri dell'Unione europea: Austria, Belgio Bulgaria, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Ungheria.

I paesi dello Spazio economico europeo (SEE): Islanda, Liechtenstein, Norvegia. La Turchia, in quanto paese candidato, nei cui confronti si applica una procedura di preadesione.

Gli studenti che partecipano ad un programma di studio formalmente costituito presso una delle Università partner vengono considerati "studenti ERASMUS" se sono rispettate le seguenti condizioni; gli studenti devono essere:

- cittadini europei o dei Paesi SEE;
- cittadini di altri Paesi purché residenti permanenti in Italia;
- persone registrate come apolidi o come rifugiati politici in Italia.

Le Università partecipanti devono aver firmato un accordo sull'invio reciproco di un certo numero di studenti per l'anno accademico successivo. Il periodo di studio effettuato presso l'Università

partner deve avere una durata minima di tre mesi e una durata massima che non superi un anno. Il periodo di studio all'estero deve costituire parte integrante del programma di studio dell'Università di partenza e deve avere pieno riconoscimento accademico.

STUDENTI IN MOBILITÀ - INDICAZIONI UTILI

Nel quadro della mobilità degli studenti nel programma ERASMUS il pieno riconoscimento accademico del periodo di studio si configura nel fatto che l'Università è disposta a riconoscere che il periodo di studio trascorso all'estero (compresi gli esami e le altre forme di valutazione) è corrispondente e sostitutivo di un periodo analogo di studio (similmente compresi gli esami e altre forme di valutazione) presso l'Università di partenza, anche se i contenuti degli insegnamenti risultano diversi.

Le Università partecipanti e gli studenti devono aver definito di comune accordo il programma di studio precedentemente alla partenza degli studenti e gli studenti stessi devono essere informati per iscritto sul contenuto degli accordi.

Si consiglia agli studenti interessati di chiedere informazioni ai docenti responsabili su:

- i criteri di selezione;
- il contenuto dei programmi;
- i corsi da seguire;
- gli esami da sostenere all'estero ed il loro possibile riconoscimento.

Per gli adempimenti amministrativi (compilazione modulo di domanda, durata del soggiorno, contatti con le Università di destinazione per la registrazione e la ricerca dell'alloggio, entità della borsa e liquidazione) rivolgersi direttamente all'Ufficio Relazioni Internazionali, III Edificio Polifunzionale via F. De Sanctis, Campobasso, oppure tramite e-mail relazint@unimol.it.

Al termine del periodo di studio all'estero l'Università ospitante deve fornire agli studenti ed all'Università del Molise un certificato che conferma che il programma concordato è stato svolto ed un documento attestante i risultati ottenuti.

Non devono essere applicate agli studenti tasse di iscrizione universitaria presso le sedi ospitanti (tasse di iscrizione a corsi, tasse di esami, spese per l'uso dei laboratori, biblioteche, ecc.) e devono essere mantenute agli studenti le facilitazioni e le borse di studio cui hanno diritto nel loro Paese.

L'Università del Molise continuerà a richiedere tuttavia il pagamento delle tasse di iscrizione agli studenti che partono per un periodo di mobilità all'estero.

CENTRO LINGUISTICO DI ATENEO

Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) dell'Università del Molise organizza corsi di lingue straniere moderne per studenti, docenti e non docenti dell'Ateneo, corsi di lingua italiana per studenti Erasmus (italiano L2), e corsi professionalizzanti per l'esterno.

Organizza corsi di formazione e aggiornamento per l'insegnamento delle lingue straniere. Favorisce lo studio delle lingue moderne e delle cosiddette microlingue (lingua della amministrazione, inglese giuridico, inglese scientifico).

Promuove il plurilinguismo e attività di ricerca su temi collegati alla mobilità internazionale delle

persone. Pianifica incontri, seminari, dibattiti, conferenze sulle lingue, destinati ad un pubblico vario e diversificato, interno ed esterno all'Ateneo.

Favorisce rapporti e promuove collaborazioni con istituzioni universitarie e non, operanti a livello, certifica l'apprendimento delle lingue moderne in coerenza con gli obblighi previsti dalla riforma didattica nel rispetto di standard di insegnamento definiti dal Quadro Comune Europeo di Riferimento.

Fornisce servizi, attraverso appositi contratti o convenzioni, ad enti pubblici o privati nell'ambito delle finalità istituzionali e del C.L.A. come definite per Statuto. Il C.L.A. è iscritto all'associazione che riunisce i Centri linguistici universitari in tutta Italia (AICLU). L'AICLU è a sua volta membro del CERCLES (Confédération Européenne des Centres de Langues de l'Enseignement Supérieur), Associazione Internazionale che riunisce tutte le associazioni nazionali che si occupano di didattica delle lingue straniere.

Il Centro Linguistico di Ateneo ha sede a Campobasso in via F. De Sanctis presso il II Edificio Polifunzionale.

E-mail: centrolinguistico@animol.it - tel. 0874 404377

SERVIZI AGLI STUDENTI

SERVIZI DI SOSTEGNO ECONOMICO

L'attività del Settore Diritto allo Studio si articola in tre grandi tipologie di intervento:

- a) interventi a favore degli studenti
- b) rapporti con l'Ente regionale per il diritto allo studio (E.S.U.)
- c) tasse e contributi universitari

a) INTERVENTI A FAVORE DEGLI STUDENTI

- * **ESONERO TOTALE E/O PARZIALE DELLE TASSE E DEI CONTRIBUTI SECONDO QUANTO STABILITO NEL REGOLAMENTO TASSE E CONTRIBUTI**

Ogni anno accademico viene emanato il Regolamento Tasse e Contributi nel quale vengono disciplinate tutte le tipologie di esonero totale e/o parziale che possono essere concesse agli studenti iscritti presso l'Ateneo in possesso dei requisiti richiesti.

- * **RIMBORSO PARZIALE DELLE TASSE UNIVERSITARIE**

(contributi del MIUR – Art. 4 del D.M. n.198/2003)

A seguito dell'emanazione del D.M. n. 198/2003, con il quale è stato costituito il "Fondo per il sostegno dei giovani e per favorire la mobilità degli studenti", il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca assegna un contributo da utilizzare per il rimborso parziale delle tasse universitarie a favore degli studenti.

SERVIZI MEDICI

Gli studenti dell'Università del Molise fuori sede, domiciliati a Campobasso, Isernia e Termoli, possono usufruire dell'assistenza medica sanitaria presentando la richiesta presso le rispettive sedi dei Distretti Sanitari. Presso tali uffici si potrà effettuare la scelta del medico curante esibendo il libretto sanitario della ASL di provenienza ed il certificato di iscrizione all'Università del Molise.

SERVIZI PER STUDENTI CON ESIGENZE SPECIALI

È operativo presso l'Ateneo il centro per l'accoglienza e l'orientamento degli studenti diversamente abili, istituito per offrire e garantire un servizio di accoglienza, assistenza e integrazione all'interno del mondo universitario.

Lo studente diversamente abile che presenta richiesta del servizio può usufruire del tutor alla pari, ossia di uno studente dell'Università del Molise che ha il compito di supportare l'attività di studio del soggetto diversamente abile, nonché di facilitarne gli spostamenti all'interno delle strutture universitarie.

PRESTITO D'ONORE

L'Università del Molise mette a disposizione degli studenti meritevoli ed economicamente svan-

taggiati, un "prestito d'onore", cioè un finanziamento per portare a termine nel miglior modo e nel più breve tempo possibile il proprio percorso di studi.

COLLABORAZIONI RETRIBUITE PER SERVIZI DI SUPPORTO ALLE STRUTTURE DI ATENEEO

È previsto un contributo, a fronte di una collaborazione part-time, per gli studenti più meritevoli. Le collaborazioni a tempo parziale riguardano i servizi di informazione e di tutoraggio da effettuarsi presso le strutture universitarie e per favorire la fruizione delle sale studio e di altri servizi destinati agli studenti.

b) RAPPORTI CON L'ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO (ESU)

L'attività di consulenza ed orientamento per l'accesso ai benefici destinati agli studenti capaci, meritevoli e privi di reddito viene svolta dal Settore Diritto allo Studio, in collaborazione con l'Ente Regionale per il Diritto allo Studio (E.S.U.). L'Ente per il Diritto allo Studio Universitario (E.S.U. - www.esu.molise.it) ogni anno mette a disposizione degli studenti più meritevoli e con un reddito familiare basso, borse di studio ed eroga contributi per l'alloggio dei fuori sede, per il servizio mensa e per il prestito librario. In collaborazione con l'Università, l'E.S.U. contribuisce anche al finanziamento della mobilità internazionale degli studenti in ambito europeo. Sono inoltre previsti altri incentivi, come l'esenzione da tasse e contributi per gli studenti che conseguono il diploma di scuola media secondaria con il massimo dei voti e premi di laurea per gli studenti che completano il ciclo di studi nei tempi prestabiliti.

c) TASSE E CONTRIBUTI UNIVERSITARI

Gli studenti mediante dichiarazioni sostitutive di certificazione del reddito e del patrimonio ottemperano, per ogni anno accademico, alla richiesta degli esoneri totali e/o parziali dalle tasse e dai contributi universitari. Gli esoneri sono attribuiti sulla base della commistione di determinati requisiti di reddito, di patrimonio e di merito. Ogni anno accademico viene redatto un Regolamento tasse e contributi universitari elaborato di concerto con l'Osservatorio per il diritto allo studio ed approvato dagli Organi decisionali dell'Ateneo. Sono previste due rate, di cui, una da versare alla scadenza delle iscrizioni e l'altra il 30 giugno di ogni anno.

Per la richiesta degli esoneri gli studenti sono supportati dalla consulenza fiscale dell'Agenzia delle Entrate, con la quale l'Università del Molise ha stipulato per ogni anno accademico una Convenzione che prevede, la raccolta, l'assistenza e la consulenza fiscale delle autocertificazioni. Per informazioni relative a tutti i benefici legati al Diritto allo Studio si invita a contattare gli Sportelli dell'E.S.U. Molise presso le sedi di:

Campobasso, via F. De Sanctis, III Ed. Polifunzionale
tel. 0874 404759 - fax 0874 98700

Orari di apertura al pubblico:
Martedì e Giovedì 9.00 - 12.00

Campobasso, traversa via Zurlo, 2/A
tel. 0874 698146 - fax 0874 698147

Isernia, via Berta, 1 c/o Palazzo della Provincia
tel. 0865 412074

Termoli, via Duca degli Abruzzi, c/o Università del Molise
tel. 0875 708195

Orari di apertura al pubblico:

Lunedì e Mercoledì 9.00 - 13.00 15.30 - 16.30

Martedì, Giovedì e Venerdì 9.00 - 13.00

Sito internet: www.esu.molise.it

e-mail: esu@aliseo.it

INFORMAZIONI GENERALI PER GLI STUDENTI

ALLOGGIO

L'istituto Autonomo Case Popolari (I.A.C.P.) della provincia di Campobasso annualmente bandisce un concorso per l'assegnazione di mini alloggi riservati a studenti universitari in possesso di determinati requisiti definiti dal bando stesso. Per informazioni più dettagliate rivolgersi agli uffici dell'I.A.C.P. in Via Montegrappa, 23 a Campobasso - sito internet: www.iacpcampobasso.it - tel. 0874 49281 - fax 0874 65621.

È stato di recente inaugurato il Collegio Medico della Facoltà di Medicina e Chirurgia in località Tappino, con alloggi riservati agli studenti ammessi al primo anno del Corso di Laurea specialistica/magistrale in Medicina e Chirurgia e per gli studenti iscritti agli anni successivi al primo del medesimo Corso di Laurea.

È in fase di realizzazione, la casa dello studente in via Gazzani nei pressi della Biblioteca d'Ateneo.

RISTORAZIONE/MENSA

Il servizio di ristorazione è rivolto agli studenti Unimol e consente di fruire di pasti a tariffe agevolate nei locali convenzionati. L'E.S.U. Molise disciplina le modalità di accesso al servizio attraverso il proprio bando pubblicato annualmente.

Ristorazione sede di Campobasso

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"IL GALLO NERO"	Via Albino, 4 - Campobasso	0874. 311555	domenica
"SELF SERVICE D'ELI"	Via Albino, 5/7 - Campobasso	0874. 310338	domenica
"LUDOVICA"	Via Manzoni, 71/F - Campobasso	0874. 97677	domenica
"ANDRIANO" LUCIO & F. "	V. le Manzoni - Campobasso	0874. 438027	domenica
"MOLISE BAR TRATTORIA"	Via Cavour, 13 Campobasso	0874. 90315	sab. sera, dom.
"LA PERGOLA"	C. so Bucci, 44 Campobasso	0874. 92848	
"SPRIS"	Via Ferrari, 82 Campobasso	0874. 484828	lunedì
"LA PIRAMIDE"	Via Principe di Piemonte, 131 CB	0874. 438656	lunedì

Pizzeria:

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"ASTERIX"	Via G. Vico 61/63 Campobasso	0874. 412999	
"LA PERGOLA"	C. so Bucci, 44 Campobasso	0874. 92848	
"LA PIRAMIDE"	Via Principe di Piemonte, 131 CB	0874. 438656	lunedì
"PALAZZO"	Via Mons. Bologna, 28 - CB	0874. 91095	domenica
"SPRIS"	Via Ferrari, 82 Campobasso	0874. 484828	lunedì

Ristorazione sede di Isernia

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"DI & DI"	Località Nunziatella s. n. c. - Isernia	0865. 415416	domenica
"PETIT CAFE"	Via XXIV Maggio, 6 Isernia	0865. 414549	domenica

Pizzeria:

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"DI & DI"	Local. Nunziatella s. n. c. - Isernia	0865. 415416	domenica
"EASY BAR"	Via S. Ippolito, 29 Isernia	0865. 414883	sab. pom., dom.
"PETIT CAFE"	Via XXIV Maggio, 6 Isernia	0865. 414549	domenica

Ristorazione sede di Termoli

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"IL BUONGUSTAIO"	V. le Trieste, 44/46 Termoli	0875. 701726	domenica
"LO SQUALO BLU"	Via De Gasperi, 49 Termoli	0875. 703865	lunedì
"DA ROSARIA"	Via Martiri della R. za, 41 Termoli	0875. 706331	

Pizzeria:

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"IL BUONGUSTAIO"	V. le Trieste, 44/46 Termoli	0875. 701726	domenica
"DA ROSARIA"	Via Martiri della R. za, 9 Termoli	0875. 706331	

STRUTTURE E SERVIZI DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA

AULE STUDIO ED AULE INFORMATICHE

All'interno di ogni Facoltà sono disponibili aule studio, dove poter studiare e confrontarsi. L'Ateneo ha messo a disposizione degli studenti diverse aule multimediali per la navigazione in internet, per l'utilizzo di programmi per l'elaborazione dei testi, di fogli elettronici, di database e di presentazioni multimediali.

Tramite le postazioni si può accedere ai servizi on line riservati agli studenti (immatricolazioni, stampa bollettini per il pagamento delle tasse universitarie, iscrizione esami, stampa questionario almlaurea, etc.). L'utilizzo delle risorse è controllato mediante processo di autenticazione del singolo utente e contestuale annotazione di presenza su apposito registro cartaceo.

Le Aule informatiche:

Sede Campobasso

- Biblioteca di Ateneo: al piano terra della struttura ci sono 24 postazioni internet. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 13.30 dal lunedì al giovedì pomeriggio dalle 15.00 alle 18.40.

- Facoltà di Giurisprudenza: al 1° piano sono a disposizione 23 pc connessi in rete. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00, ed il lunedì e mercoledì pomeriggio dalle 15.00 alle 17.30.

- Facoltà di Economia: è presente una vera e propria area multimediale con 54 pc. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 13.25 e dalle 15.00 alle 18.50.

- Facoltà di Medicina e Chirurgia: al piano terra sono a disposizione 16 pc. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 13.30 e dalle 15.00 alle 20.00.

Sede Isernia

- Ex Palazzo Vescovile – Via Mazzini sono a disposizione 7 pc. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 14.00 e dalle 15.00 alle 18.30 nel pomeriggio.

- A Palazzo Orlando sono presenti 9 pc. Gli orari di apertura sono dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 19.00

Sede Pesche

In località Fonte Lappone sono state allestite due aule la prima con 19 pc e la seconda con 27 pc. Gli orari di apertura sono il lunedì, il martedì ed il giovedì dalle 9.00 alle 18.00, mentre mercoledì e venerdì l'aula è aperta dalle 9.00 alle 14.00.

Sede Termoli

Via Duca degli Abruzzi sono a disposizione 30 pc e stampante in rete. Gli orari di apertura sono dal lunedì alla venerdì dalle 8.30 alle 13.00, e dal lunedì al giovedì pomeriggio dalle 15.00 alle 17.00.

CENTRO DI DOCUMENTAZIONE EUROPEA

Il Centro di Documentazione Europea è stato istituito nel 1995 presso l'Ateneo molisano con una convenzione tra la Commissione Europea e l'Università degli Studi del Molise. Mette a disposizione degli studenti, dei professori e ricercatori del mondo accademico e del pubblico in generale, le fonti informative sull'Unione Europea. Lo scopo è di promuovere e sviluppare l'insegnamento e la ricerca sull'integrazione europea e di accrescere la trasparenza sulle politiche dell'UE. La sede si trova presso la Biblioteca di Ateneo dell'Università degli Studi del Molise.

TUTOR DI ORIENTAMENTO

Nella prospettiva di agevolare l'inserimento della matricola nell'organizzazione universitaria, e con l'obiettivo di sostenere attivamente la sua vita accademica lungo tutto il percorso di studi, l'Università degli Studi del Molise istituisce il servizio di tutorato. Le funzioni di coordinamento, di promozione e di supporto alle attività di tutorato vengono esercitate, all'interno di ogni facoltà, da una apposita Commissione per il tutorato. Tale Commissione è nominata dal Consiglio di Facoltà ed è composta da almeno cinque membri (un professore di prima fascia, un professore di seconda fascia, un ricercatore e due studenti, proposti dalle rappresentanze studentesche presenti nei Consigli di Facoltà). Le attività di tutorato sono rivolte a tutti gli studenti. Lo scopo è assistere lo studente affinché consegua con profitto gli obiettivi del processo formativo, orientarlo all'interno dell'organizzazione e dei servizi universitari, individuare i mezzi per un corretto e proficuo utilizzo delle risorse e dei servizi accademici (aule, biblioteche, organi amministrativi, borse di studio). Le attività di tutorato rientrano tra i compiti dei professori di prima e seconda fascia e dei ricercatori. Possono essere affidate anche ai dottorandi, agli assegnisti di ricerca, agli studenti iscritti all'ultimo anno di corso, selezionati con un apposito bando. È attivo un tutorato specializzato per gli studenti portatori di handicap, eventualmente affidato agli studenti stessi. Ogni anno il Consiglio di Facoltà renderà nota a ogni tutor la lista degli studenti immatricolati che entreranno a far parte della relazione tutoriale con il docente e che si aggiungeranno agli studenti già inseriti nel rapporto tutoriale negli anni precedenti. Il metodo di assegnazione del tutor agli studenti immatricolati è casuale. Lo studente, all'inizio di ciascun anno accademico, può chiedere il trasferimento del rapporto tutoriale ad altro docente presentando apposita istanza alla Commissione per il tutorato costituita ai sensi dell'art.1 del presente Regolamento, presso ciascuna Facoltà. Ogni tutor compilerà, alla fine dell'anno accademico, una breve relazione sull'andamento delle attività tutoriali.

ATTIVITÀ CULTURALI, RICREATIVE E SPORTIVE

CENTRO UNIVERSITARIO SPORTIVO

Il C.U.S. Molise è un ente affiliato al Centro Universitario Sportivo Italiano (C.U.S.I.), che svolge attività sportive nelle università italiane.

Il Centro Sportivo Universitario (C.U.S. Molise) offre una vasta serie di servizi sportivi in grado di soddisfare tutte le esigenze degli studenti. Numerose sono le infrastrutture proprie o convenzionate che vengono messe a disposizione degli studenti che intendono praticare lo sport a livello agonistico o amatoriale. Le principali attività sportive praticabili sono atletica leggera, calcio, calcio a 5, nuoto, pallavolo, sci, tennis, vela.

Attraverso la stipula di convenzioni con altre strutture sportive, il C.U.S. garantisce una vasta scelta di attività. All'interno delle sedi universitarie sono presenti campi di calcetto e tennis.

È in fase di realizzazione il palazzetto dello sport all'interno del campus universitario di Vazzieri a Campobasso e una nuova palestra nella sede universitaria di Pesche.

Strutture gestite dal C.U.S. Molise:

Campobasso:

- * Palestra di Ateneo
- * Campi Polivalenti I Edificio Polifunzionale

Isernia:

- * Palestra di Ateneo
- * Struttura sportiva polivalente Comune di Pesche (Is)

Termoli:

- * Convenzioni con strutture sportive

Attività agonistica

- * Basket Campionato Serie D Maschile
- * Volley Campionato 1^a Divisione Femminile
- * Calcio a 5 Campionato serie C/1 Maschile
- * Atletica
- * Calcio campionati esordienti e allievi

Settori giovanili

- * Scuola Calcio
- * Mini Basket
- * Mini Volley
- * Danza Moderna e hip hop
- * Karate
- * Coreographic dance
- * Baseball

- * Tennis
- * Freasbe

Corsi palestra di Ateneo

- * Total body
- * Aerobica
- * Yoga
- * Cardio-fitness
- * Spinning
- * Ginnastica a corpo libero
- * Karate
- * Cardio Combat
- * Balli Caraibici
- * Balli latino-americani
- * Jeet kune do - Kali
- * Pilates

Attività promozionali

- * Convenzioni Palestre
- * Convenzioni impianti sciistici
- * Convenzioni piscine
- * Manifestazioni sportive
- * Campionati Universitari Nazionali
- * Tornei interfacoltà
- * Campus invernali/estivi C.U.S.I.
- * Summer C.U.S.

Le segreterie C.U.S. sono a disposizione degli studenti per chiarimenti e informazioni sulle attività sportive organizzate.

La segreteria generale del C.U.S. Molise è situata in via Gazzani snc, presso la Biblioteca d'Ateneo a Campobasso.

E-mail: cusmolise@unimol.it - sito internet: www.cusmolise.it
tel/fax 0874 412225 - fax 0874 4122 - tel. 0874 404980

CORO DELL'UNIVERSITÀ

Il Coro dell'Università degli Studi del Molise nasce nel 2002 grazie alla fittiva ed entusiastica iniziativa del Professore Giuseppe Maiorano su invito del Rettore Giovanni Cannata. Da circa due anni è diretto da Gennaro Continillo.

La filosofia su cui si basa il progetto corale si contraddistingue per uno spiccato spirito di socialità e condivisione, che si lega alla vera e propria attività di formazione e crescita musicale. Il Coro dell'Ateneo molisano opera in stretta simbiosi con il mondo accademico esibendosi alle più rilevanti manifestazioni istituzionali tenutesi dal 2003 ad oggi, quali l'inaugurazione dell'Anno

Accademico. Obiettivo essenziale promuovere l'attività e la passione musicale presso gli studenti dell'Ateneo e non solo. Dai suoi esordi è cresciuto sia in termini numerici (oltre 30 unità) sia in termini di qualità e professionalità musicale. Esso rappresenta un'importante attività culturale promossa dall'Ateneo molisano.

E-mail: coro@unimol.it

tel. 0874/404702 - 347/5769811

CENTRO UNIVERSITARIO TEATRALE

Il C.U.T. (Centro Universitario Teatrale), nato il 9 ottobre 1997, non ha fini di lucro ed ha come scopo primario quello di svolgere attività teatrale ed ogni altra finalizzata al raggiungimento dello scopo sociale nel campo della promozione e produzione artistica e culturale. L'obiettivo è diffondere la cultura del teatro nelle Scuole e nell'Università. Le attività svolte: laboratori teatrali stabili, spettacoli, ricerca, seminari, convegni e mostre.

E-mail: cut@unimol.it

tel. 087404457

ASSOCIAZIONI STUDENTESCHE

L'Associazione Culturale Studenti Universitari Molisani nasce a Campobasso nel 1993. È un'associazione senza fini di lucro ed ha lo scopo di svolgere attività culturale in vari settori. L'Associazione nasce come luogo di gestione socializzata e democratica della cultura collaborando con gli enti pubblici territoriali e con le varie associazioni e organizzazioni. Svolge la sua attività con istituti e strutture universitarie, operando in collaborazione con docenti, non docenti e studenti.

Il raggiungimento di questi scopi avverrà mediante:

- la promozione, l'organizzazione e la produzione di spettacoli teatrali, attività musicali, proiezioni cinematografiche, mostre, corsi di tecnica teatrale, fotografica, seminari, dibattiti, conferenze, incontri, scambi culturali.
- attività informativa rivolta agli studenti attraverso la pubblicazione di giornali universitari, l'uso della rete Internet, la divulgazione di progetti di studio.

Le Associazioni Universitarie riconosciute dalla Commissione d'Ateneo e operanti sono:

- AEGEE - Termoli (Association des Etats Generaux de l'Europe Termoli) -
sito internet: www.aegEE.it.

Lo scopo dell'associazione è quello di promuovere l'ideale di una Europa unita attraverso il mondo studentesco, tra i giovani europei, incoraggiando i contatti, la collaborazione e l'integrazione tra gli studenti universitari di tutti i paesi del vecchio continente.

- AISA-Isernia (Associazione Italiana Scienze Ambientali - Sezione Molise) -
sito internet: www.Aisamolise.altervista.org - e-mail: aisaisernia@email.it.

L'Aisa è un'associazione professionale senza fini di lucro, formata da laureati e studenti del corso di laurea in Scienze Ambientali (SA), Scienze e Tecnologie per l'Ambiente (STA), Scienze e Tecnologie per l'Ambiente ed il Territorio (STAT) e da tutti coloro che condividono, apprezzano e

fanno crescere le premesse ed i risultati della ricerca pubblica e privata e dell'istruzione universitaria dedicata alle scienze dell'ambiente.

AUSF (Associazione Universitaria Studenti Forestali Molise)

L'Associazione opera nell'ambito del Laboratorio di Ecologia e Geomatica Forestale, presso la Facoltà di Scienze Matematiche Fisiche e Naturali dell'Università del Molise in Località Fonte Lappone a Pesche (Is).

E-mail: cardosan@libero.it - tel. 3483227384

ASSOCIAZIONE CHI-RHO

Nata nel 1997, l'Associazione Culturale Universitaria, CHI-RHO ha come obiettivo quello di contribuire allo sviluppo sociale e culturale degli studenti dell'Università del Molise attraverso un'attività informativa sull'offerta didattica e sulla vita universitaria in genere. L'Associazione organizza momenti di libera aggregazione, seminari, incontri, mostre.

Sede Campobasso in via F. De Sanctis (III Edificio polifunzionale c/o Ufficio dei Rappresentanti della Facoltà di Agraria).

E-mail: associazionechirho@yahoo.it - tel. 0874 404876

Casa CHI – RHO

Il servizio "Casa CHI - RHO" è un'iniziativa svolta all'interno del Banchetto Informazioni Matricole ed è un punto d'incontro tra la domanda e l'offerta immobiliare per gli studenti universitari. Il servizio è completamente gratuito.

E-mail: casachirho@yahoo.it

CIRCOLO UNIVERSITARIO MOLISANO

Il Circolo Universitario Molisano (C.U.M.) è un'associazione culturale e ricreativa universitaria che intende promuovere e favorire la crescita e l'aggregazione degli studenti universitari attraverso la promozione e la gestione di iniziative culturali e ricreative da svolgere nel tempo libero. Gli studenti universitari hanno a disposizione sale studio, biliardi, televisori, canali SKY e computer con connessione ad internet.

Facoltà di Scienze Umane e Sociali

Denominazione: Facoltà di Scienze Umane e Sociali

Indirizzo: Il Edificio Polifunzionale - Via De Sanctis, 86100 Campobasso

Sito web: www.unimol.it Didattica – Facoltà Scienze Umane e Sociali

Sede di Isernia

Indirizzo: via Mazzini 8, 86170 Isernia

La Facoltà di Scienze Umane e Sociali dell'Università degli Studi del Molise è stata istituita il 1° novembre 2003 raccogliendo l'eredità del Centro "Colozza" nell'ambito del quale, negli anni precedenti, erano nati vari corsi di Laurea (Scienze della formazione primaria, Scienze della comunicazione e Scienze dei Beni culturali e ambientali). Negli anni, la Facoltà ha sviluppato e consolidato la sua offerta formativa dando vita al Corso di Laurea in Lettere e a due Lauree specialistiche (Scienze della comunicazione sociale e istituzionale e Scienze dei beni archeologici ed artistici) nelle sedi regionali di Campobasso e Isernia.

L'offerta formativa si articola in corsi di laurea triennali e magistrali. Sulla base della nuova normativa definita nel D.M. n. 270 del 2004, la Facoltà ha proceduto ad una riformulazione e razionalizzazione dei corsi di studio, per cui, a partire dall'anno accademico 2008/2009 saranno attivati i primi anni dei nuovi corsi di laurea e di laurea magistrale, mentre sarà garantita la prosecuzione dei corsi esistenti (di laurea e di laurea specialistica) nella loro formulazione originaria (D.M. n. 509 del 1999) agli studenti iscritti agli anni successivi al primo.

I corsi di studio di nuova formulazione (per i quali nell'anno accademico 2008/2009 viene attivato il primo anno) sono i seguenti:

Corsi di Laurea (tre anni):

- Scienze della comunicazione (classe L 20) con sede a Campobasso
- Beni culturali (classe L 1) con sede a Isernia
- Lettere (classe L 10): con sede ad Isernia

Corsi di Laurea Magistrale (due anni):

- Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (classe LM 59) con sede a Campobasso
- Archeologia, beni culturali e turismo (classi LM 2 e LM 49) con sedi a Termoli ed Isernia (corso interclasse interfacoltà con la Facoltà di Economia)

I corsi di studio di precedente formulazione (per i quali nell'anno accademico 2008/2009 sono attivati gli anni successivi al primo) sono:

Corsi di Laurea (tre anni):

- Scienze della comunicazione (classe L4) con sede a Campobasso
- Scienze dei beni culturali e ambientali (classe L3) con sede a Isernia
- Lettere (classe L5) con sede a Isernia

Corsi di Laurea Specialistica (due anni):

- Scienze della comunicazione sociale e istituzionale (classe 67/S) con sede a Campobasso
- Scienze dei beni archeologici ed artistici (classe 2/S) con sede a Isernia

Corsi di studio di vecchio ordinamento per i quali nell'anno accademico 2008/2009 sono attivati tutti gli anni di corso:

Corso di Laurea (quattro anni)

- Scienze della formazione primaria con sede a Campobasso (Corso di Laurea a numero programmato: 108 posti, di cui 6 riservati a studenti stranieri)

Le attività di ciascuna struttura didattica sono disciplinate da un apposito Regolamento Didattico approvato dal Senato Accademico, su proposta dei rispettivi Consigli di Corso di Studio e su delibera del Consiglio di Facoltà (o dei Consigli di Facoltà interessati).

Per lo svolgimento delle attività didattiche la Facoltà dispone di aule multimediali, aule informatiche, di laboratori linguistici, nonché di spazi dedicati allo studio individuale.

Le aule a disposizione per le attività didattiche sono:

Sede di Campobasso: 2° Edificio Polifunzionale

Denominazione		Posti
Aula Dewey – "N"	(primo piano)	80
Aula Euclide – "P"	(primo piano)	80
Aula Tacito – "E"	(secondo piano)	48
Aula Madre Teresa – "Q"	(secondo piano)	80
Aula Cartesio – "R"	(secondo piano)	80
Aula Informatica	(piano terra)	60
Aula Informatica	(terzo piano)	10
Laboratorio linguistico	(terzo piano)	130

Sede di Campobasso: 1° Edificio Polifunzionale

Denominazione		Posti
Aula Kelsen – "180 posti"	(piano terra)	180

Sede di Isernia: via Mazzini 8

Denominazione		Posti
Aula degli Hirpini – "Aula 1"	(piano terra)	16
Aula dei Caudini – "Aula 2"	(piano terra)	36
Aula dei Pentri – "Aula 3"	(piano terra)	13
Aula dei Carnicini – "Aula Informatica"	(piano terra)	10

Aula Samnium – “Aula Vetrate”	(piano terra)	48
Aula Saepinum “Aula Colonne”	(piano terra)	59
Aula Bovianum “Aula Grande”	(primo piano)	98
Aula Larinum “Aula Rosa”	(primo piano)	64
Aula Andrea d’Isernia “Aula Magna”	primo piano)	194

Sono Organi della Facoltà:

il Preside (Prof. Guido Gili: gili@unimol.it)

il Consiglio così composto:

Antinori Aloisio
 Barausse Alberto
 Bellini Pier Paolo
 Bocchini Francesco
 Bruni Filippo
 Canova Lorenzo
 Cobetto Ghiggia Pietro
 Costa Gabriele
 Costa Vincenzo
 Cuozzo Mariassunta
 Della Volpe Maddalena
 Di Palo Giuseppe (rappr. studenti)
 Di Nuoscio Vincenzo
 Di Virgilio Francesca
 Ebanista Carlo
 Ferrucci Fabio (Vice-Preside)
 Fiorentino Giuliana
 Frosini Giovanna
 Gervasoni Marco Angelo
 Giaccio Vincenzo
 Gili Guido (Preside)
 Giovanardi Stefano
 Lanza Maria Rita (rappr. personale tecnico-amm.)
 Lazzara Paolo
 Lazzarini Isabella
 Loscalzo Donato
 Luseroni Giovanni
 Maddalena Giovanni
 Maggioni Giovanni
 Marconi Gilberto
 Mauriello Paolo
 Meloni Guido
 Minelli Antonella
 Monceri Flavia

Monciatti Alessio
Monda Salvatore
Naso Alessandro
Natale Lucia Anna
Novi Chavarria Elisa
Patrizi Giorgio
Pirovano Donato
Palombo Maria Luisa (rappr. studenti)
Ricci Cecilia
Roskopf Carmen Maria
Rotoletti Luigia (rappr. studenti)
Salvadori Monica
Salvatici Luca
Sani Serena
Sciarretta Andrea
Scillitani Lorenzo
Soricelli Gianluca
Spera Vincenzo
Taviani Paolo
Valente Michaela

Segreteria di Presidenza di Facoltà:

Sede di Campobasso
sig.ra Carla Cenci: cenci@unimol.it
Tel: 0874 - 404834

Segreterie didattiche:

Sede di Campobasso
Dott.ssa Maria Rita Lanza:
mrlanza@unimol.it
Tel: 0874 - 404362

Sig.ra Agnese Palleri:
palleri@unimol.it
Tel: 0874 - 404393

Sig. Gian Mario Lantella:
lantella@unimol.it
Tel: 0874 - 404393

Sig. Domenico Celi:
domenico.celi@unimol.it
Tel: 0874 - 404393

Sede di Isernia
Dott.ssa Iolanda Palazzo:
palazzo@unimol.it
Tel: 0865- 4789828

Curricula scientifici dei docenti

I curricula scientifici dei docenti sono rinvenibili nell'aula virtuale di Ateneo <http://serviziweb.unimol.it/unimol/docenti/> consultabile dal sito www.unimol.it e devono intendersi come parte integrante della presente guida.

Organizzazione degli insegnamenti

Gli insegnamenti della Facoltà sono organizzati in crediti (1 CFU = 25 ore complessive) e prevedono lezioni frontali ed esercitazioni (1 CFU = 6 ore in aula).

Ogni insegnamento è a carattere semestrale ma può essere anche a carattere annuale (articolato su due semestri) e può articolarsi in "moduli" ossia in parti compiutamente organizzate di un insegnamento, con un contenuto che ben specifica il profilo didattico. Ogni insegnamento può prevedere anche ore aggiuntive di corsi integrativi. L'orario delle lezioni ed il calendario didattico sarà pubblicato sul sito www.unimol.it nelle pagine dedicate alla Facoltà di Scienze Umane e Sociali nonché nelle aule virtuali dei singoli insegnamenti che devono intendersi come parte integrante della presente guida.

Aula virtuale

Gli studenti, per tutti i corsi, possono usufruire di una "Aula Virtuale", filo telematico diretto con il docente, accessibile utilizzando l'apposito link presente sul sito www.unimol.it. In ogni aula virtuale è possibile: a) leggere le informazioni generali relative al profilo del docente, l'orario di ricevimento, le date di esame; b) consultare i programmi dei corsi tenuti dal docente; c) usufruire di materiale didattico on-line.

Informazioni in bacheca o sito web

Tutti gli avvisi relativi all'attività didattica (orari delle lezioni, ricevimento docenti, date di esame) di ogni Corso di Studio vengono pubblicate nelle apposite bacheche situate nelle sedi di Campobasso e di Isernia, nonché nelle apposite sezioni del sito web della Facoltà.

Calendario Accademico

L'anno accademico avrà inizio il 1° ottobre 2008 e terminerà il 30 settembre 2009. L'attività didattica si articolerà in due periodi detti semestri che vanno rispettivamente dal 1° ottobre 2008 al 24 gennaio 2009 e dal 2 marzo 2009 al 6 giugno 2009 con lezioni tenute dal lunedì al sabato.

Gli esami potranno essere sostenuti negli appelli fissati nei seguenti periodi: 24 gennaio 2009 – 28 febbraio 2009; 8 giugno 2009 – 25 luglio 2009; settembre 2009 e gennaio 2010.

Test di ingresso

Per il prossimo anno accademico 2008/2009, saranno organizzate una o più sessioni di test di verifica iniziale obbligatori ma non selettivi per le matricole dei corsi di laurea triennali. Ogni studente, all'atto dell'immatricolazione all'a.a. 2008/2009, sarà automaticamente iscritto anche ai test di verifica iniziale che si terranno presso la sede di Campobasso. Per i corsi di laurea magistrale le modalità di effettuazione dei test di ingresso sono differenziate ed indicati nelle rispettive Guide nella sezione relativa al corso di studi.

Orientamento e tutorato

(Delegato di Facoltà: Prof. Marco Angelo Gervasoni: gervasoni@unimol.it)

Le attività di tutorato si propongono di assistere tutti gli studenti affinché conseguano con profitto gli obiettivi del processo formativo. In particolare, gli studenti, grazie al supporto di queste attività, possono essere:

- * orientati all'interno dell'organizzazione e dei servizi universitari;
- * introdotti al corretto e proficuo utilizzo delle risorse e dei servizi accademici (aule, biblioteche, organi amministrativi, borse di studio, ecc.);
- * aiutati nella conoscenza delle condizioni del sistema didattico (differenze tra le diverse attività formative, compilazione del piano di studio individuale, riconoscimento crediti, ecc.);
- * sostenuti nelle loro scelte di indirizzo formativo (conoscenze di base, scelta degli argomenti di tesi, ecc.).

All'atto dell'immatricolazione ogni studente viene affidato ad un docente Tutor operante all'interno del suo Corso di Laurea.

Internazionalizzazione e Programma Erasmus

(Delegato di Facoltà: Vincenzo Giaccio: giaccio@unimol.it)

Il programma d'azione comunitaria nel campo dell'apprendimento permanente (Lifelong Learning Programme) ha sostituito ed integrato tutte le iniziative di cooperazione europea nell'ambito dell'istruzione e della formazione (tra cui Socrates/Erasmus) dal 2007 al 2013. Si tratta di un programma integrato dell'Unione Europea (UE) destinato a fornire un supporto alle Università, agli studenti ed al personale accademico al fine di intensificare la mobilità e la cooperazione nell'istruzione in tutta l'Unione. Lo scopo principale è quello di offrire agli studenti la possibilità di trascorrere un periodo di studio significativo (da tre mesi ad un anno accademico) in un altro Stato membro della UE e di ricevere il pieno riconoscimento degli esami superati come parte integrante del proprio corso, affrontando gli studi con l'esperienza di una tradizione diversa da quella del proprio paese e avendo la possibilità di migliorare e approfondire la conoscenza di una lingua straniera.

Stage e Tirocini

(Ogni Corso di Laurea dispone di una specifica Commissione Stage e Tirocinio)

I tirocini e gli stage sono periodi di formazione che possono essere svolti, eventualmente anche all'estero, presso un'azienda, un ente pubblico o privato, un istituto scolastico (per la laurea della formazione degli insegnanti), o presso la stessa Università per avvicinare lo studente ad esperienze di tipo professionale. In alcuni corsi di studio sono parte integrante (e obbligatoria) del percorso formativo (tirocinio), in altri costituiscono attività formativa facoltativa, anche post-laurea, e danno diritto al riconoscimento di un numero di crediti formativi previsti nei piani di studio dei Corsi di laurea e dai relativi Regolamenti per gli Stage e Tirocini.

Le modalità di richiesta ed assegnazione dei tirocini varia in relazione ai diversi Corsi di laurea, essendo presenti situazioni assai diversificate. Gli studenti devono produrre istanza presso la Segreteria didattica di Facoltà secondo le modalità indicate sul sito della Facoltà, nelle pagine del proprio Corso di Laurea (cliccando: Tirocinio). Nel caso del Corso di Laurea in Scienze della formazione primaria, occorre invece rivolgersi ai docenti supervisori del tirocinio in servizio presso la Facoltà.

Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità

Per un'utile lettura della Guida

L'offerta formativa presentata in questa Guida si riferisce agli immatricolati di due diversi anni accademici.

La Guida si apre con il piano di studi per gli studenti immatricolati nell'a.a.2008-2009 i quali si iscrivono alla nuova classe di laurea magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità (LM59) cui corrisponde un nuovo ordinamento didattico ed un nuovo piano di studi. Di questo nuovo piano di studi vengono qui presentati i programmi relativi al primo anno di corso.

Segue il piano di studi per gli studenti immatricolati nell'a.a. 2007-2008. I programmi presenti nella Guida si riferiscono al 2° anno di corso di questo piano di studi.

Per agevolare una corretta lettura delle informazioni contenute, la Guida si articola in due sezioni:

- * Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità (LM59) Nuovo ordinamento: le informazioni riguardano gli studenti immatricolati nell'a.a. 2008-2009
- * Scienze della Comunicazione Sociale e Istituzionale (67/S) Vecchio ordinamento: le informazioni riguardano gli studenti che si sono immatricolati nell'a.a. 2007-2008.

Denominazione, indirizzo e sito web

Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

II° Edificio Polifunzionale

Via F. De Sanctis

86100 Campobasso

www.unimol.it

Classe

LM-59

Titolo rilasciato

Diploma di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Parere delle parti sociali

Nella fase di progettazione della nuova offerta formativa, caratterizzata anche dalla necessità di individuare gli sbocchi professionali per i laureati della Laurea magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità, si è proceduto ad una apposita fase di consultazione delle parti sociali, sia attraverso una sessione specifica della Conferenza di Ateneo (VI Conferenza di Ateneo 10.12.2007), sia attraverso incontri bilaterali. Sono stati così consultati e acquisiti i pareri – sostanzialmente positivi - di responsabili della Pubblica Amministrazione, del mondo delle imprese, degli ordini e delle associazioni professionali della comunicazione presenti sul territorio regionale, con molti dei quali la struttura didattica ha già intrattenuto negli anni passati significativi rapporti collaborativi, non solo per quanto attiene al necessario confronto tra Università e mondo istituzionale e produttivo, ma anche al fine di realizzare specifiche attività for-

mative rivolte agli studenti (tirocini e stage), nonché progetti avanzati di formazione e aggiornamento per i professionisti della comunicazione. La consultazione, con esito positivo, delle parti sociali ha costituito, in tal modo, l'occasione per una verifica ulteriore della rispondenza degli obiettivi formativi e degli sbocchi professionali individuati con la nuova offerta formativa rispetto alle caratteristiche ed alle esigenze del mondo istituzionale e produttivo del territorio.

Requisiti di accesso

Come stabilito dal DM 270/04, per tutti i Corsi di Laurea Magistrali attivati nelle università italiane, l'iscrizione alla Laurea Magistrale è condizionata al possesso di requisiti curriculari e da adeguatezza della preparazione personale.

Requisiti curriculari

1. Ai fini dell'accesso al corso di laurea magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità i requisiti curriculari sono automaticamente posseduti da tutti i laureati nella Classe delle lauree triennali L20 (corrispondente alla Classe di laurea 14 del DM 509/99)
2. Il possesso dei requisiti curriculari è invece da sottoporre a valutazione:
 - a) per i laureati in altre classi di laurea triennale;
 - b) per i laureati in possesso di lauree specialistiche/magistrali appartenenti a classi differenti da quella a cui appartiene la LM 59 di cui al presente regolamento;
 - c) per coloro che sono in possesso di lauree assimilabili conseguiti ai sensi dei DD.MM. previgenti al DM 509/99.
3. Per quanto concerne i casi di cui alle lettere a), b) e c) del punto 2. i requisiti curriculari saranno considerati posseduti se il laureato ha conseguito almeno 70 CFU, come indicati nelle seguenti tabelle:

n. 3 CFU, anche in forma laboratoriale, nelle discipline informatiche o, in alternativa, il possesso di patente informatica europea o certificazioni affini;

n. 6 CFU, anche in forma laboratoriale, nella lingua inglese o, in alternativa, il possesso di uno dei certificati internazionali di conoscenza della lingua inglese;

n. 61 CFU tra i seguenti Settori Scientifico Disciplinari (D.M. 4 ottobre 2000)

INF/01	INFORMATICA
ICAR/17	DISEGNO
ING-INF/03	TELECOMUNICAZIONI
ING-INF/05	SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI
L-ART/04	MUSEOLOGIA E CRITICA ARTISTICA E DEL RESTAURO
L-ART/05	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO
L-ART/06	CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE
L-ART/07	MUSICOLOGIA E STORIA DELLA MUSICA
L-FIL-LET/11	LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA
L-FIL-LET/12	LINGUISTICA ITALIANA

L-LIN/01	GIOTTOLOGIA E LINGUISTICA
L-LIN/12	LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE
M-STO/04	STORIA CONTEMPORANEA
M-DEA/01	DISCIPLINE DEMOETNOANTROPOLOGICHE
M-FIL/01	FILOSOFIA TEORETICA
M-FIL/02	LOGICA E FILOSOFIA DELLA SCIENZA
M-FIL/03	FILOSOFIA MORALE
M-FIL/04	ESTETICA
M-FIL/05	FILOSOFIA E TEORIA DEI LINGUAGGI
M-PED/01	PEDAGOGIA GENERALE E SOCIALE
M-PED/03	DIDATTICA E PEDAGOGIA SPECIALE
M-PED/04	PEDAGOGIA SPERIMENTALE
M-PSI/01	PSICOLOGIA GENERALE
M-PSI/05	PSICOLOGIA SOCIALE
M-PSI/06	PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI
IUS/01	DIRITTO PRIVATO
IUS/09	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO
IUS/10	DIRITTO AMMINISTRATIVO
IUS/14	DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA
IUS/20	FILOSOFIA DEL DIRITTO
SECS-P/01	ECONOMIA POLITICA
SECS P/02	POLITICA ECONOMICA
SECS-P/06	ECONOMIA APPLICATA
SECS-P/07	ECONOMIA AZIENDALE
SECS-P/08	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
SECS-P/10	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
SECS-S/01	STATISTICA
SECS-S/04	DEMOGRAFIA
SECS-S/05	STATISTICA SOCIALE
SPS/01	FILOSOFIA POLITICA
SPS/02	STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE
SPS/04	SCIENZA POLITICA
SPS/07	SOCIOLOGIA GENERALE
SPS/08	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI
SPS/09	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI ECONOMICI E DEL LAVORO
SPS/10	SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO
SPS/11	SOCIOLOGIA DEI FENOMENI POLITICI
SPS/12	SOCIOLOGIA GIURIDICA, DELLA DEVIANZA E MUTAMENTO SOCIALE

Adeguatezza della preparazione personale

4. Oltre ai requisiti curriculari d'accesso di cui sopra, l'adeguatezza della preparazione personale in ingresso viene verificata con le modalità appresso definite:

- a) analisi della documentazione della carriera universitaria precedente dello studente;
 - b) gli studenti che abbiano conseguito il titolo di studio della laurea triennale o altre lauree di accesso previste con una votazione uguale o superiore a 100/110 saranno considerati in possesso dei requisiti di adeguatezza della preparazione personale richiesta. Gli studenti che abbiano riportato una votazione inferiore a 100/110, successivamente allo scadere del termine delle iscrizioni, sosterranno un colloquio con una apposita Commissione di docenti nominata dal Consiglio di Facoltà. La data di svolgimento del colloquio e l'elenco degli studenti che devono sostenerlo saranno resi noti attraverso pubblicazione sul sito WEB dell'Università.
5. All'esito del colloquio, dove se ne rilevi la necessità, lo studente sarà guidato durante il primo anno di corso attraverso una apposita azione di tutorato così da essere messo in grado di inserirsi proficuamente nel percorso formativo della Laurea Magistrale.

Obiettivi formativi e professionali

Il Corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità si propone di fornire ai laureati, attraverso un percorso formativo a carattere fortemente interdisciplinare, le conoscenze e le competenze avanzate per l'assunzione di ruoli di responsabilità o di elevata professionalità nei settori di riferimento.

- * Per quanto concerne la **comunicazione pubblica**, i profili professionali risultano innanzitutto individuati nelle figure di responsabilità delle strutture di informazione e comunicazione della Pubblica Amministrazione. A tal fine, il percorso formativo intende offrire: competenze specifiche nella comunicazione autoprodotta ed eteroprodotta; capacità organizzative del servizio e degli aspetti di front line con gli utenti/clienti; capacità avanzate nella comunicazione interna, nonché conoscenza dei sistemi ordinamentali, dei modelli organizzativi e delle procedure per l'analisi di processi di gestione interni; capacità relazionali con il mondo dei media.
- * Nell'ambito della **comunicazione d'impresa**, in sintonia con lo sviluppo di un'economia fondata sulla conoscenza, l'ampia gamma di profili professionali attiene a ruoli strategici nel management delle imprese, in coordinamento con i settori del marketing e delle relazioni istituzionali. Il percorso formativo intende assicurare: competenze specifiche relative all'organizzazione aziendale e al comportamento organizzativo; conoscenze avanzate degli strumenti aziendali, economici e giuridici; capacità di analisi delle variabili strutturali aziendali, interne ed esterne (customer satisfaction, business system, analisi di mercato, procedure organizzative); competenze specifiche nella comunicazione d'impresa (programmazione dei Piani di Comunicazione Integrata, creazione e gestione della Corporate Identity, monitoraggio della Corporate Image e della Corporate Reputation).
- * Nel settore della **pubblicità**, i profili professionali risultano prevalentemente caratterizzati dalle figure del pubblicitario e del responsabile ufficio immagine. Il percorso formativo intende assicurare: capacità di leggere ed interpretare gli andamenti di mercato nazionale ed internazionale; competenze nell'uso delle nuove tecnologie informatiche ed audio-visive per costruire e veicolare il messaggio pubblicitario; conoscenze del quadro normativo della tute-

la del consumatore e della concorrenzialità dei mercati; competenze nel campo della pianificazione strategica del marketing mix.

Per garantire il perseguimento di tali obiettivi e l'effettivo raggiungimento delle professionalità previste, il curriculum del corso di laurea prevede:

- * un insieme di discipline di insegnamento, caratterizzate in senso fortemente interdisciplinare, che consentano una conoscenza sistematica e critica dei più recenti apporti scientifici e metodologici su: a) le teorie dei sistemi e delle organizzazioni complesse per fornire strumenti teorici e metodologici avanzati per l'analisi delle organizzazioni e delle relazioni sistema-ambiente; b) la piena padronanza delle conoscenze relative al contesto giuridico ed economico dell'azione delle organizzazioni della comunicazione; c) l'analisi, la progettazione e la gestione delle funzioni e dei ruoli comunicativi all'interno delle organizzazioni e amministrazioni pubbliche, aziende e associazioni non profit con riferimento sia alla comunicazione interna, sia alla comunicazione esterna; d) le teorie ed i metodi di analisi del comportamento organizzativo alla luce degli apporti della psicologia e della sociologia della comunicazione, del lavoro e dell'organizzazione; e) le strategie della comunicazione d'azienda e della comunicazione pubblica verso i diversi pubblici e portatori di interessi; f) i problemi dell'etica e della deontologia professionale nell'ambito delle professioni dell'informazione e della comunicazione e delle relazioni con cittadini, utenti, clienti, consumatori.
- * Le conoscenze teoriche e metodologiche acquisite nell'ambito dei corsi di insegnamento sopra richiamati, sono integrate da un complesso di attività laboratoriali volte: a) ad affrontare concreti problemi di costruzione, organizzazione e gestione di strutture comunicative (costruzione e organizzazione dell'ufficio stampa, dell'ufficio relazioni con il pubblico, di un sito web); b) a maneggiare strumenti operativi per la comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria (ad esempio nel campo pubblicitario: strategic and media planning; copywriting e direzione artistica); c) ad affinare e consentire la piena padronanza delle competenze relative ai linguaggi specialistici della comunicazione (comunicazione pubblica, comunicazione d'impresa, comunicazione politico-parlamentare, comunicazione scientifica) anche al fine della loro semplificazione e divulgazione presso pubblici non specialisti.
- * Le conoscenze teoriche, metodologiche e pratico-applicative acquisite nell'ambito dei corsi di insegnamento e dei laboratori saranno integrate, applicate e verificate nell'ambito di un'attività di **tirocinio curricolare obbligatorio**, concepito quale aspetto qualificante e indispensabile del percorso formativo del corso di laurea, da svolgersi presso aziende, enti pubblici, media e strutture di comunicazione presenti nel contesto regionale, nazionale e internazionale con i quali la struttura didattica instaura un rapporto di convenzione.

L'acquisizione delle conoscenze e delle competenze che caratterizzano il Corso di laurea in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avviene attraverso lezioni frontali, laboratori, seminari, esercitazioni, workshop, anche con la presenza di esperti, professionisti ed operatori del mondo dell'informazione, della comunicazione e della pubblicità. La presenza, in qualità di docenti, di tali esperti e professionisti, nonché una stretta collaborazione con amministrazioni pubbliche, imprese e media nella concezione e realizzazione delle attività di laborato-

rio e tirocinio costituisce un aspetto qualificante della formazione del Corso di laurea.

È prevista la possibilità di opzioni da parte degli studenti nell'ambito dell'offerta formativa. Per ciò che riguarda i corsi di insegnamento e i laboratori, nonché la scelta della struttura presso la quale verrà svolto il tirocinio, l'offerta formativa prevede una pluralità di opzioni secondo i diversi profili previsti dal Corso di laurea (comunicazione pubblica, comunicazione d'impresa, comunicazione pubblicitaria) in modo tale da consentire allo studente la costruzione di una professionalità più rispondente ai propri interessi e attitudini e alla pluralità degli sbocchi professionali.

Il percorso formativo trova il suo sbocco in un lavoro di tesi di laurea a cui viene assegnato un congruo numero di crediti formativi nel quale lo studente può applicare gli strumenti teorici, metodologici e tecnici acquisiti all'analisi di un tema teorico, un problema comunicativo specifico o uno studio di caso valorizzando, a tal fine, anche le competenze acquisite nel corso dei laboratori e durante il periodo di tirocinio, in vista di un successivo inserimento nel mondo delle professioni comunicative.

Risultati d'apprendimento previsti e competenze da acquisire (descriptori di Dublino).

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding):

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avrà acquisito le seguenti conoscenze e capacità di comprensione:

- * conoscenza degli approcci teorici, delle metodologie e delle tecniche di analisi della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria.
- * conoscenza delle teorie, dei metodi e delle tecniche che consentono in modo particolare di analizzare e comprendere le caratteristiche dei pubblici di riferimento e dei contesti sociali, economici, culturali, istituzionali e organizzativi nei quali realizzare azioni e piani di comunicazione.
- * capacità di collegare e integrare vari saperi specialistici (in campo economico, giuridico, psicologico, sociologico, gestionale, comunicativo) in un sistema coerente di conoscenze teoriche e metodologiche per l'analisi dei processi e delle strutture di comunicazione, dei contesti, dei pubblici.
- * conoscenza dei codici, dei linguaggi e delle forme organizzative dei diversi media e tecnologie della comunicazione con particolare riguardo al loro utilizzo nell'ambito della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria.
- * conoscenza delle teorie e delle metodologie di pianificazione e organizzazione della comunicazione e del marketing nel settore pubblico, privato e delle organizzazioni non profit.

Tali conoscenze e capacità di comprensione saranno acquisite principalmente attraverso:

- * corsi di insegnamento relativi alle attività formative caratterizzanti e affini o integrative in cui lo studente avrà la possibilità di approfondire criticamente le teorie e le tematiche di ricerca delle diverse discipline e ambiti di applicazione attraverso una pluralità di strumenti (testi scientifici, rapporti di ricerca, fonti primarie e secondarie, etc.).
- * conferenze, seminari, workshop ed esercitazioni nell'ambito dei corsi di insegnamento o spe-

cificamente organizzati, anche con la presenza di docenti invitati di altri atenei italiani e stranieri, esperti e professionisti della comunicazione.

- * ricerche individuali e di gruppo sulla letteratura scientifica teorica ed empirica di riferimento.
- * studi di casi sui quali confrontare la capacità di spiegazione e interpretazione dei diversi approcci teorici e metodologie di analisi empirica.
- * redazione della tesi finale di carattere prevalentemente teorico o metodologico.

La verifica delle conoscenze e capacità di comprensione acquisite sarà stata effettuata attraverso:

- * esami di profitto e prove di valutazione scritte ed orali.
- * presentazione di elaborati, tesine e relazioni individuali e di gruppo.
- * elaborato della prova finale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding):

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avrà maturato nel corso degli studi capacità di applicazione delle conoscenze acquisite e di ricerca autonoma per risolvere problemi e tematiche nuove, con particolare riferimento a:

- * capacità di ideare, analizzare e valutare messaggi, testi e prodotti comunicativi e medialità (testi e documenti amministrativi, testi e comunicati d'impresa, testi giornalistici, messaggi e campagne promozionali e pubblicitarie), con riferimento sia ai contenuti e linguaggi sia ai destinatari, avvalendosi di una pluralità di competenze disciplinari e metodologiche.
- * capacità di progettare e gestire piani integrati di comunicazione e marketing nel settore pubblico o delle imprese private, nonché campagne promozionali e pubblicitarie.
- * capacità di applicare le metodologie e tecniche di analisi alle finalità, funzioni, relazioni di ruolo e alla cultura delle organizzazioni della comunicazione con riferimento sia ai processi organizzativi e comunicativi interni sia alle relazioni con i pubblici esterni.
- * capacità di applicare le metodologie e tecniche di analisi ai problemi comunicativi dell'azienda o dell'amministrazione pubblica e di individuare azioni e strategie per l'ottimizzazione dei flussi informativi e delle relazioni comunicative tra i diversi settori, uffici e strutture dell'organizzazione.
- * capacità di analizzare e comprendere bisogni, esigenze, richieste, aspettative dell'utenza o della clientela e di individuare i metodi e le strategie per rispondervi in modo ottimale secondo le finalità e le caratteristiche proprie dell'organizzazione.
- * capacità di utilizzare e valutare caratteristiche e specificità dei diversi mezzi di comunicazione, anche multimediali, in relazione agli obiettivi, alle strategie e ai pubblici di riferimento sia interni sia esterni.
- * capacità di coordinamento di équipe e gruppi di lavoro per la realizzazione e gestione di azioni e progetti comunicativi nei quali convergono competenze diverse.
- * capacità di progettare e organizzare eventi comunicativi, artistici e culturali e di gestire le relazioni con il mondo dei media.
- * capacità di osservazione e analisi dei fenomeni e delle tendenze socio-economiche e culturali.
- * capacità avanzata di ricerca bibliografica, di ricerca e selezione delle fonti primarie e secon-

darie, anche avvalendosi delle nuove tecnologie della comunicazione informatica e telematica.

Tali capacità di applicare conoscenza e comprensione saranno acquisite principalmente attraverso:

- * corsi di insegnamento di taglio pratico/applicativo e laboratori professionalizzanti che consentano l'integrazione degli elementi conoscitivi acquisiti nei corsi di insegnamento di carattere più teorico con abilità progettuali e di gestione nel settore della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità offrendo conoscenze e competenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro.
- * studi di caso sulla comunicazione interna ed esterna di aziende, amministrazioni ed enti pubblici, sotto la guida e il coordinamento di docenti ed esperti esterni.
- * coinvolgimento nelle attività comunicative dell'Ateneo (campagna promozionale di inizio anno per le iscrizioni, identificazione dello slogan, realizzazione della rivista di ateneo, etc.) anche attraverso la collaborazione con le funzioni e gli uffici che si occupano di comunicazione (ufficio stampa, centro stampa, centro tecnologie audiovisive, centro informatico).
- * tirocinio formativo curriculare svolto presso amministrazioni ed enti pubblici, aziende, agenzie pubblicitarie, organizzazioni mediiali.
- * partecipazione a seminari e workshop guidati dai docenti e con la partecipazione di qualificate professionalità del mondo istituzionale, amministrativo e imprenditoriale.
- * partecipazione alla progettazione e realizzazione di eventi culturali e comunicativi (convegni, seminari, mostre) che nascono all'interno della Facoltà o dell'Ateneo e in altre strutture esterne in convenzione o collaborazione con l'Ateneo.
- * elaborato della tesi di laurea finale, nella quale lo studente può tradurre le competenze teoriche e metodologiche acquisite in un'attività di ricerca e di analisi empirica di problemi e/o casi concreti.

La verifica delle capacità acquisite di applicare conoscenza e comprensione sarà effettuata attraverso:

- * esami di profitto e prove di valutazione scritte ed orali.
- * presentazione e discussione di elaborati, tesine e relazioni individuali e di gruppo.
- * ideazione e realizzazione di testi e prodotti scritti, audiovisivi e informatici individuali o di gruppo per la comunicazione pubblica, d'impresa o pubblicitaria
- * ideazione e realizzazione di progetti e piani di comunicazione sotto la guida di docenti ed altri esperti e professionisti nell'ambito di attività di esercitazione e laboratori.
- * relazione finale (con valutazione) da parte dello studente sulle attività di tirocinio curriculare svolto presso aziende, enti e organizzazioni mediiali.
- * relazione finale (con valutazione) sulle attività di tirocinio da parte della struttura ospitante.
- * elaborato della tesi di laurea finale che comprenda analisi empiriche e studi di caso.

Autonomia di giudizio (making judgements):

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avrà acquisito capacità di valutazione e giudizio critico, con particolare riferimento a:

- * capacità di valutare le risorse, le opportunità e i vincoli connessi all'esercizio di funzioni (proprie e altrui) di responsabilità nelle strutture e organizzazioni della comunicazione.
- * capacità di valutare e valorizzare competenze, abilità e motivazioni dei soggetti coinvolti in gruppi ed équipes di lavoro.
- * capacità di comprendere e valutare le esigenze e le aspettative dell'utenza o della clientela attraverso la capacità diretta di "ascolto" e interazione, ma anche attraverso metodi specifici di analisi e rilevazione dei bisogni e della soddisfazione (customer satisfaction) e mediante il reperimento, l'analisi e valutazione di dati quantitativi e qualitativi sui pubblici di riferimento (dall'analisi dei dati sulla fruizione dei servizi pubblici all'analisi dell'audience o dei consumi culturali).
- * capacità di comprendere e valutare caratteristiche, risorse, opportunità, esigenze del territorio nel quale opera l'azienda o l'amministrazione pubblica, mettendo a frutto diverse competenze metodologiche e disciplinari (sociologiche, economiche, etc.).
- * capacità di valutare i risultati e gli effetti di azioni, progetti e strategie comunicative sia attraverso la rilevazione della soddisfazione dell'utente/cliente sia attraverso altre forme di feedback e verifica.
- * capacità di scegliere e valutare l'adeguatezza degli strumenti e delle procedure informative e comunicative sia in riferimento alla comunicazione interna sia alla comunicazione e ai pubblici esterni.
- * flessibilità e capacità di identificare soluzioni innovative nei processi di analisi, progettazione, organizzazione, gestione e coordinamento organizzativo.
- * capacità – per l'elevato ruolo di responsabilità che i laureati verranno a ricoprire – di valutare le opzioni legate all'etica e alla deontologia professionale e al principio di responsabilità nella comunicazione con particolare riferimento:
 - * alla veridicità, riconoscibilità, credibilità, accessibilità e chiarezza dei contenuti e dei messaggi (secondo lo specifico ambito comunicativo);
 - * alla tutela del diritto all'informazione completa e trasparente di cittadini, utenti, clienti, consumatori;
 - * al rispetto del diritto alla riservatezza e alla privacy;
 - * alla tutela dei soggetti deboli.

Tali capacità di autonomia di giudizio saranno sviluppate principalmente attraverso:

- * la acquisizione di metodologie e tecniche di indagine e valutazione proprie dei diversi ambiti e prospettive disciplinari (sociologica, economica, comunicativa, organizzativa, gestionale) anche con esercitazioni e studi di casi.
- * corsi di insegnamento, attività laboratoriali, seminari e workshop guidati dai docenti e con la partecipazione di dirigenti, imprenditori, responsabili delle funzioni di comunicazione, giornalisti, nei quali si analizzano e valutano criticamente in termini di adeguatezza allo scopo prodotti e testi, progetti, strategie comunicative, piani integrati di aziende e amministrazioni.

- * attività formative specificamente dedicate all'etica e alla deontologia delle professioni comunicative.
- * relazione finale sulle attività di tirocinio nella quale lo studente esprime un giudizio critico sulla esperienza di tirocinio e sulla utilità di tale esperienza (anche in vista della conferma della convenzione da parte delle strutture didattiche con le strutture esterne).
- * tesi finale che affronti una tematica per la quale sia necessario mettere a frutto la capacità di analisi dei dati e delle informazioni, la valutazione dei prodotti, l'analisi dei pubblici, i temi della deontologia e dell'etica della comunicazione nei diversi ambiti.

La verifica delle capacità di giudizio autonomo sarà stata effettuata attraverso:

- * realizzazione di azioni e progetti comunicativi e valutazione degli stessi nell'ambito di lezioni e laboratori.
- * ricerche individuali o di gruppo da esporre e discutere in aula.
- * esercitazioni pratiche e simulazioni.
- * studi di caso sotto la guida di docenti ed esperti.
- * relazione con valutazione critica da parte dello studente sulla propria esperienza di tirocinio.
- * elaborato della tesi finale quale modalità per eccellenza di applicazione e verifica della capacità di giudizio e valutazione maturata nel corso di studi.

Abilità comunicative (communication skills):

Lo sviluppo e il potenziamento delle competenze e abilità comunicative degli studenti costituisce un tratto caratterizzante del Corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità. Oltre ad acquisire competenze nella analisi e nella capacità di progettazione, organizzazione e gestione dei processi comunicativi, il laureato dovrà essere egli stesso un efficace "comunicatore" nei più diversi contesti di interazione e di lavoro.

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avrà acquisito capacità e competenze che gli consentano un uso critico e consapevole dei diversi codici, canali, strumenti e metodi della comunicazione nelle sue diverse forme.

In particolare saprà:

- * comunicare in pubblico sia come relatore sia in situazioni interattive specifiche (riunioni di lavoro, gruppi di ricerca, relazioni con gli utenti o clienti, etc.).
- * comunicare sia con linguaggi specialistici e settoriali a pubblici di esperti (ricercatori, professionisti, operatori specializzati dell'informazione e della comunicazione) sia in forma semplificata e divulgativa a pubblici non specializzati (ad es. semplificazione del linguaggio amministrativo).
- * comunicare efficacemente in lingua inglese in forma orale e scritta.
- * comunicare utilizzando i diversi strumenti e mezzi di comunicazione ed i loro linguaggi e codici specifici, anche in prospettiva multimediale.
- * utilizzare banche dati e archivi elettronici.

Tali abilità comunicative verranno acquisite attraverso:

- * lezioni teoriche (di linguistica, semiotica, psicologia e sociologia della comunicazione) per l'approfondimento delle dinamiche della comunicazione nelle sue diverse forme: verbale, non verbale, scritta, audiovisiva, sul web.
- * corsi di insegnamento e laboratori specificamente dedicati alla conoscenza e alla padronanza dei linguaggi della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria.
- * concezione "interattiva" dei corsi di insegnamento, laboratori, seminari, come richiesto da un corso di studi avanzato, che preveda la partecipazione attiva degli studenti e favorisca la capacità di esprimersi in pubblico.
- * laboratori per la sperimentazione delle tecniche e degli strumenti della comunicazione, con riferimento ai differenti mezzi di comunicazione ai diversi contesti comunicativi.
- * esercitazioni guidate e libere di ricerca e analisi di dati e informazioni su banche dati e archivi elettronici.
- * svolgimento di alcuni corsi o parti di corsi di insegnamento in lingua inglese e/o utilizzo di testi d'esame in lingua inglese.
- * possibilità di rafforzare la capacità di esprimersi in una lingua straniera attraverso lo svolgimento di un periodo di formazione all'estero con i programmi di mobilità studentesca europea e internazionale.
- * possibilità di sostenere il lavoro finale di tesi in lingua inglese.

La verifica dell'acquisizione della capacità comunicative avviene per mezzo di:

- * esami di profitto e prove di valutazione scritte ed orali di insegnamenti e laboratori.
- * presentazione pubblica di lavori individuali e di gruppo nel corso di lezioni, seminari e convegni.
- * realizzazione individuale o di gruppo di testi e/o prodotti mediatici quali prove pratiche finali delle attività di laboratorio.
- * realizzazione di analisi e ricerche che si avvalgano di dati e informazioni reperite in banche dati e archivi elettronici.

Capacità di apprendimento (learning skills):

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avrà sviluppato le seguenti capacità di apprendimento:

- * acquisizione di un metodo di studio che consenta lo sviluppo e la valorizzazione delle capacità logiche, di analisi, di sintesi e critiche, con particolare riferimento alle scienze della comunicazione.
- * capacità di pianificare tempi, costi, risorse e metodi di realizzazione di una ricerca, uno studio, un progetto.
- * apprendimento ed applicazione creativa di metodologie di analisi e di ricerca empirica per l'analisi della comunicazione e dei media (testi e prodotti, processi, strategie, pubblici, consumi) con particolare riferimento alla comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria.
- * capacità di apprendere metodologie di analisi e di soluzione di problemi (problem analysis e problem solving).

- * capacità di valutazione delle proprie competenze, capacità e attitudini, anche in relazione alla scelta dei percorsi formativi futuri e degli ambiti lavorativi più idonei (auto-orientamento).
- * capacità di identificare autonomamente opportunità di formazione e aggiornamento, anche avvalendosi quali fonti informative delle tecnologie informatiche.
- * capacità di aggiornamento continuo (apprendere ad apprendere) secondo quanto richiesto dall'esercizio di funzioni di responsabilità in strutture ed organizzazioni di comunicazione (dagli uffici marketing alle agenzie di pubblicità, ai nuovi media) che richiedono apertura mentale, flessibilità, capacità di innovazione e di adattamento creativo in contesti sociali, culturali e tecnologici in rapido mutamento.

Tali capacità di apprendimento verranno acquisite attraverso:

- * lezioni di metodologia e tecnica della ricerca nelle diverse discipline (economiche, sociologiche, gestionali, etc.).
- * laboratori specificamente dedicati all'acquisizione di metodi creativi nell'ambito del marketing, della comunicazione pubblicitaria, delle professioni "autoriali" dell'industria culturale.
- * laboratori e seminari ad elevato carattere interattivo che predispongono all'apprendimento delle capacità di lavoro individuale e in équipe.
- * incontri con professionisti della comunicazione nell'ambito di cicli di seminari, workshop, visite aziendali.
- * attività di orientamento e tutorato in ingresso, in itinere e in uscita verso percorsi di studio di livello più elevato o verso il mondo delle professioni e il mercato del lavoro.

L'acquisizione di tali capacità di apprendimento viene verificata e valutata secondo le seguenti modalità:

- * esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà.
- * attività di ricerca individuale e di gruppo sotto la guida dei docenti quale occasione di verifica della capacità e del grado di apprendimento degli strumenti teorici e metodologici propri delle professioni comunicative.
- * monitoraggio periodico della carriera degli studenti mediante consultazione dell'apposita base dati al fine di verificare lo stato di avanzamento nel percorso di studi.
- * somministrazione agli studenti di un questionario per l'auto-valutazione delle proprie capacità di apprendimento.
- * relazione finale di valutazione da parte dello studente dell'apprendimento conseguito durante il tirocinio curriculare.
- * identificazione dell'oggetto/tema del lavoro di tesi finale in collaborazione con il docente relatore come momento di auto-valutazione dell'apprendimento in relazione ai propri interessi, conoscenze, capacità.
- * prova di valutazione finale nella quale lo studente opera una significativa sintesi delle conoscenze e competenze apprese applicandole allo studio di un oggetto specifico come momento propedeutico alla futura capacità di analisi e sintesi in ambito lavorativo.

Organizzazione

Presidente del Corso di Laurea

prof. Guido Meloni

Tel. 0874/4041 – E-mail: meloni@unimol.it

Docenti di riferimento

Prof. Guido Gili

Prof. Guido Meloni

Prof. Luca Salvatici

Coordinatore Orientamento e tutorato

prof.ssa Maddalena Della Volpe

Tel. 0874/4041 - E-mail: m.dellavolpe@unimol.it

Prof.ssa Francesca Di Virgilio

Tel. 0874/4041 - E-mail: fradivi@unimol.it

Coordinatore Attività internazionali

prof. Luca Salvatici

Tel. 0874/4041 E-mail: luca.salvatici@unimol.it

Segreteria didattica

Dott.ssa Maria Rita Lanza

Tel. 0874/404.362 – E-mail: mrlanza@unimol.it

Sig.ra Maria Agnese Palleri

Tel. 0874/404.393– E-mail: palleri@unimol.it

Accesso a studi ulteriori

Il laureato in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità disporrà di conoscenze avanzate per accedere a Master universitari di II livello e a Dottorati di ricerca.

Il titolo di laurea magistrale e le competenze acquisite nel corso degli studi possono favorire l'inserimento nel tirocinio professionale retribuito presso le redazioni giornalistiche o l'ammissione alle scuole o ai master universitari che consentono il conseguimento del titolo di giornalista professionista.

Profili e sbocchi professionali

I laureati in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità potranno operare in tutti i settori e gli ambiti di attività professionale in cui si richiede una elevata capacità di gestione delle relazioni e dei sistemi di comunicazione e competenze specializzate in qualità di autori, operatori, esperti, analisti della comunicazione con riferimento all'ideazione e alla realizzazione di testi, prodotti ed eventi comunicativi e alle funzioni di comunicazione interna ed esterna di organizzazioni pubbliche, private e non profit.

Tra i principali profili professionali che emergono dal percorso formativo della laurea magistrale, si segnalano:

- * nell'ambito della comunicazione pubblica, i profili professionali risultano innanzitutto individuati nelle figure dei responsabili delle strutture di informazione e comunicazione della Pubblica Amministrazione, degli enti pubblici e delle società di servizi pubblici (responsabile delle strategie e delle strutture di comunicazione; responsabile URP; responsabile ufficio stampa; portavoce).
- * nell'ambito della comunicazione sociale, il profilo professionale è quello di responsabile della comunicazione nelle organizzazioni non profit e del terzo settore (associazioni di volontariato e di promozione sociale, cooperative di solidarietà sociale, imprese sociali, organizzazioni non governative operanti in campo internazionale, etc.), con riferimento alla comunicazione interna e verso i pubblici esterni.
- * Nell'ambito della comunicazione d'impresa, l'ampia gamma di profili professionali attiene ai ruoli di responsabilità riferibili prevalentemente alla gestione della comunicazione (Corporate Communication Manager), alla gestione della comunicazione interna (esperto in gestione delle risorse umane, esperto in comunicazione con il personale) ed esterna (responsabile comunicazione e marketing, responsabile delle relazioni pubbliche e istituzionali, esperto in ricerche di mercato, esperto in e-business).
- * Nell'ambito della comunicazione pubblicitaria i profili professionali sono caratterizzati dall'esercizio di funzioni di responsabilità o di alta professionalità in agenzie pubblicitarie, in relazione alle professionalità creative legate alla ideazione e realizzazione dei prodotti pubblicitari (copywriter, art director) e alla funzioni di pianificazione, ideazione e realizzazione di campagne pubblicitarie e di cura dei rapporti con i clienti e i committenti (direttore pubblicitario, direttore di produzione pubblicitaria, strategic planner, media planner, account executive).
- * Un ambito di attività professionale che ha relazioni con la comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria è l'organizzazione di eventi, per la quale il laureato può operare in società specializzate o presso amministrazioni e aziende con il compito di organizzare manifestazioni, convegni, mostre, eventi culturali, etc. curando la progettazione, la realizzazione e la gestione, la pubblicizzazione e i rapporti con i media.
- * Il corso di laurea magistrale offre, inoltre, competenze avanzate anche per ciò che riguarda le professionalità nel settore del giornalismo della carta stampata, radiotelevisivo e on line. Il titolo della laurea magistrale e le competenze acquisite nel corso degli studi possono favorire l'inserimento nel tirocinio professionale retribuito presso le redazioni giornalistiche o l'ammissione alle scuole o ai master universitari che consentono il conseguimento del titolo di giornalista professionista.

Il laureati del Corso di laurea potranno, infine, accedere a dottorati di ricerca, master, corsi di perfezionamento o borse di studio post-lauream, anche in vista di un percorso specificamente orientato alla ricerca in ambito universitario o presso enti ed istituzioni scientifiche.

Previsione dell'utenza sostenibile

Max 120 studenti.

Articolazione in curricula

Curriculum unico

Elenco degli insegnamenti di base e caratterizzanti, con l'eventuale articolazione in moduli, e dei relativi crediti.

Piano di studi

Il piano di studi di Scienze della Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità è dato dall'insieme delle attività formative previste nei 2 anni di durata del Corso di laurea magistrale e riferito agli studenti immatricolati in un dato anno accademico. Il piano di studi si articola in insegnamenti, laboratori, attività formative a scelta dello studente, tirocinio e prova finale, per un totale di 120 crediti.

Un credito equivale a 25 ore complessive di lavoro studente (esso comprende lezioni, seminari, laboratori, studio individuale). Ad esempio un insegnamento di 9 crediti sta ad indicare che il lavoro richiesto allo studente per l'acquisizione dei contenuti di tale insegnamento viene stimato mediamente in 225 ore di lavoro studente, 54 delle quali sono rappresentate dalle ore di lezione in aula e le restanti 171 di studio individuale).

Disciplina	SSD	CFU	AMBITO
I ANNO			
Diritto dell'informazione e della comunicazione	IUS/09	9	C
Ermeneutica della comunicazione	M-FIL/01	9	AI
Politica economica dell'informazione	SECS-P/02	6	C
Teoria della comunicazione	SPS/08	6	C
Strategie di comunicazione d'impresa	SECS-P/8	9	C
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	M-PSI/06	9	C
Organizzazione di eventi culturali e artistici	L-ART/03	6	AI
Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione	SPS/01		AI
Comunicazione visiva	SPS/08	6	C
Promozione d'immagine e pubblicità	SPS/08		C
	60		

II ANNO			
Comportamento organizzativo	SECS-P/10	9	C
Diritto amministrativo e dell'informazione nella pubblica amministrazione	IUS/10	9	C
Etica e deontologia delle professioni comunicative	SPS/08	6	C
Strategie della comunicazione pubblica	SPS/08		C
Laboratorio di organizzazione dell'Ufficio Stampa		3+3	AA
Laboratorio di organizzazione dell'URP			AA
Laboratorio di strategic and media planning			AA
Laboratorio di copywriting e direzione artistica			AA
Laboratorio di web management			AA
Laboratorio di scrittura per il web			AA
Laboratorio di giornalismo politico			AA
Laboratorio di informazione televisiva e servizi al cittadino			AA
Esami a scelta dello studente		8	SS
Tirocinio		6	AA
Prova finale		16	PF
		60	

- C** = Caratterizzanti
AI = Affini o Integrativi
AA = Altre Attività
SS = Scelta studente
PF = Prova finale

Eventuali propedeuticità e regole di passaggio agli anni successivi

La distribuzione delle attività formative nei diversi anni di corso segue un ordine logico. Tuttavia, non esiste nessun vincolo formale di propedeuticità. Ciò significa che per sostenere l'esame di un insegnamento previsto in un determinato anno del piano di studi non è necessario aver sostenuto in precedenza altri esami.

Altre attività formative o professionali che consentono l'acquisizione di crediti

E' prevista una ampia offerta di attività laboratoriali, due a scelta dello studente, per un totale di 6 cfu.

Tirocinio

Le conoscenze teoriche, metodologiche e pratico-applicative acquisite nell'ambito dei corsi di insegnamento e dei laboratori saranno integrate, applicate e verificate nell'ambito di un'attività di

tirocinio curriculare obbligatorio, concepito quale aspetto qualificante e indispensabile del percorso formativo del corso di laurea, da svolgersi presso aziende, enti pubblici, media e strutture di comunicazione presenti nel contesto regionale, nazionale e internazionale con i quali la struttura didattica instaura un rapporto di convenzione.

Con il tirocinio si acquisiscono 6 cfu.

Prova finale

La prova finale per il conseguimento della laurea magistrale è costituita da un esame avente per oggetto la valutazione di una dissertazione (Tesi di Laurea Magistrale) scritta, inerente ad una disciplina del percorso di studi magistrali comprese quelle trattate nei laboratori.

La Tesi deve evidenziare, attraverso la trattazione accurata ed esauriente di un argomento, la capacità di lavoro autonomo, di organizzazione di materiale bibliografico ed empirico, di ricerca anche con risultati originali, sui temi oggetto della classe di laurea di appartenenza.

Sarà possibile, su specifica richiesta e dietro autorizzazione della struttura didattica, redigere la Tesi in lingua inglese.

Con la Prova finale si acquisiscono 16 cfu.

Esami e modalità di valutazione

- * esami di profitto e prove di valutazione scritte ed orali
- * presentazione di elaborati, tesine e relazioni individuali e di gruppo
- * ideazione e realizzazione di testi e prodotti scritti, audiovisivi e informatici individuali o di gruppo

Nome del responsabile dei servizi agli studenti (mobilità, diritto allo studio, ecc.)

L'Università degli Studi del Molise offre un'articolata gamma di servizi a favore degli studenti. Per conoscere i nominativi e i recapiti dei Responsabili dei vari servizi si può fare riferimento all'apposita sezione delle Informazioni di Ateneo.

**Corso di Laurea in
Scienze della Comunicazione Sociale e istituzionale (67/s)
VECCHIO ordinamento**

Piani di Studio Coorte Immatricolati A.A. 2007/08

INSEGNAMENTI	SSD	CFU	ambiti disciplinari
I anno 2007/2008			
Comunicazione d'impresa nel settore privato, pubblico e sociale	SECS-P/08	6	AI
Diritto dell'informazione e della comunicazione nella P.A.	IUS/09	6	AI
Diritto amministrativo	IUS/10	3	AI
Etica e deontologia della comunicazione pubblica e politica	SPS/11	6	C
Organizzazione di eventi culturali e artistici	SPS/08	6	B
Linguaggi della pubblica amministrazione e della politica	M-FIL/05	6	B
Organizzazione dei sistemi di comunicazione aziendale	SECS-P/10	6	C
Teoria della comunicazione	SPS/08	6	B
Teoria dei sistemi sociali e politici	SPS/11	6	C
Due Laboratori a scelta:			
Laboratorio di analisi della comunicazione politica in contesti interculturali	SPS/01		AA
Laboratorio di scrittura per il web	L-LIN/01	8	AA
Laboratorio di televisione comunicazione istituzionale	SPS/08		AA
Laboratorio di comunicazione scientifica	SPS/08		AA
Un laboratorio a scelta:			
Laboratorio di giornalismo politico e parlamentare	SPS/08	3	AA
Laboratorio di organizzazione dell'ufficio stampa	SPS/08		AA
Altre attività: Seminario		1	AA
Totale		60	

Il anno 2008/2009			
Comportamento organizzativo	SECS-P/10	6	C
Politica economica dei media	SECS-P/02	6	C
Teoria e tecnica della comunicazione visiva	SPS/08	6	B
Strategia e tecnica della comunicazione pubblica	SPS/08	6	B
Un insegnamento a scelta:			
Psicologia del lavoro e dell'organizzazione	M-PSI/06	6	AI
Psicologia del marketing e della pubblicità	M-PSI/06		AI
Altre attività: Un laboratorio a scelta:			
Laboratorio di sviluppo Uffici Relazione con il Pubblico	SECS-P/10	4	AA
Laboratorio di costruzione di un sito web per la P.A.	SECS-P/10		AA
Altre attività: tirocinio e stage		10	AA
Prova finale		16	AA
Totale		60	

B= di base C= caratterizzanti; AI= affini e integrative, AA= altre attività

Obiettivi formativi

L'obiettivo formativo del Corso di laurea Specialistica in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale è quello di offrire agli studenti:

- le competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti e aziende pubbliche;
- le abilità metodologiche idonee alla gestione dei flussi di comunicazione in aziende pubbliche e in strutture della Pubblica Amministrazione;
- la capacità di svolgere compiti dirigenziali, organizzativi e gestionali nei diversi livelli di cui si compone la Pubblica Amministrazione, con particolare riferimento alle funzioni connesse alle attività di comunicazione interna ed esterna;
- le competenze necessarie all'uso dei media con particolare riferimento alle nuove tecnologie della comunicazione, in funzione delle necessità della gestione comunicativa della Pubblica Amministrazione, delle aziende a capitale pubblico e del terzo settore;
- la capacità di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Sbocchi professionali

I laureati in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale potranno trovare impiego nelle amministrazioni, istituzioni e aziende pubbliche e del terzo settore in qualità di responsabile o esperto dei processi comunicativi sia interni che esterni. In particolare, i laureati dispongono delle competenze per assolvere le funzioni di responsabili di uffici stampa, di uffici di relazione con il

pubblico, di promozione dell'immagine dell'istituzione e di ottimizzazione delle relazioni delle istituzioni con i loro pubblici.

Durata normale del corso: 2 anni

Frequenza: obbligatoria per laboratori e tirocini

Sede del corso: Campobasso

Riferimenti

Presidente del Corso di Laurea

Prof. Guido Meloni

Tel. 0874/4041 - E-mail: meloni@unimol.it

Docenti di riferimento

Prof. Guido Gili

Prof. Guido Meloni

Prof. Luca Salvatici

Coordinatore Orientamento e tutorato

Prof.ssa Maddalena Della Volpe

Tel. 0874/4041 - E-mail: m.dellavolpe@unimol.it

Prof.ssa Francesca Di Virgilio

Tel. 0874/4041 - E-mail: fradivi@unimol.it

Coordinatore Attività internazionali

Prof. Luca Salvatici

Tel. 0874/4041 - E-mail: luca.salvatici@unimol.it

Segreteria didattica

Dott.ssa Maria Rita Lanza

Tel. 0874/404.362 - E-mail: mrlanza@unimol.it

Sig.ra Maria Agnese Palleri

Tel. 0874/404.393 - E-mail: palleri@unimol.it

Offerta Didattica 2008/2009
Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità

1° anno, coorte 2008/2009

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE		9.0	
Diritto dell'informazione e della comunicazione (Guido Meloni)	IUS/09	9.0	54
ERMENEUTICA DELLA COMUNICAZIONE		9.0	
Ermeneutica della comunicazione (Vincenzo COSTA)	M-FIL/01	9.0	54
POLITICA ECONOMICA DELL'INFORMAZIONE		6.0	
Politica economica dell'informazione (Luca Salvatici)	SECS-P/02	6.0	36
PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI		9.0	
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni (Valeria Piras)	M-PSI/06	9.0	54
STRATEGIE DI COMUNICAZIONE D'IMPRESA		9.0	
Strategie di comunicazione d'impresa (Maddalena Della Volpe)	SECS-P/08	9.0	54
TEORIA DELLA COMUNICAZIONE		6.0	
Teoria della comunicazione (Guido GILI)	SPS/08	6.0	36
UN INSEGNAMENTO A SCELTA		6.0	
Comunicazione visiva	SPS/08	6.0	36
Promozione d'immagine e pubblicità	SPS/08	6.0	36
UN INSEGNAMENTO A SCELTA TRA		6.0	
Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione (Flavia MONCERI)	SPS/01	6.0	36
Organizzazione di eventi culturali e artistici (Lorenzo CANOVA)	L-ART/03	6.0	36
Totale CFU 1° anno di corso		60.0	

**Corso di Studi:
Scienze della Comunicazione Sociale e Istituzionale**

2° anno, coorte 2007/2008

ALTRE ATTIVITA'		10.0	
Tirocinio e stage		10.0	0
ALTRE ATTIVITA': UN LABORATORIO A SCELTA TRA:		4.0	
Laboratorio di costruzione di un sito web per la P.A. (Gianfranco DE GREGORIO)	SECS-P/10	4.0	32
Laboratorio di sviluppo Uffici Relazione con il Pubblico (Massimo FRANCESCHETTI)	SECS-P/10	4.0	32
COMPORAMENTO ORGANIZZATIVO		6.0	
Comportamento organizzativo (Francesca Di Virgilio)	SECS-P/10	6.0	36
POLITICA ECONOMICA DEI MEDIA		6.0	
Politica economica dei media (Luca Salvatici)	SECS-P/02	6.0	36
PROVA FINALE		16.0	
Prova finale		16.0	0
PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELL'ORGANIZZAZIONE		6.0	
Psicologia del lavoro e dell'organizzazione (Valeria Piras)	M-PSI/06	6.0	36
STRATEGIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA		6.0	
Strategia e tecnica della comunicazione pubblica (definito Non)	SPS/08	6.0	36
TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE VISIVA		6.0	
Teoria e tecnica della comunicazione visiva	SPS/08	6.0	36
Totale CFU 2° anno di corso		60.0	

Programmi Insegnamenti - I Anno

Comunicazione visiva

Docente da definire

Obiettivi

Obiettivo del corso sarà quello di fornire una gamma di strumenti metodologici atti a decodificare i processi culturali e comunicativi della rappresentazione visiva. Il corso si articolerà secondo una serie di tappe che analizzeranno l'evoluzione della comunicazione visiva, con particolare attenzione ai sistemi degli artefatti comunicativi materiali e immateriali. Particolare attenzione verrà dedicata alla dimensione linguistica e/o segnica dei messaggi visivi.

Contenuti

Il corso analizzerà la Comunicazione Visiva come punto nevralgico della moderna cultura materiale, confluenza di molteplici ed eterogenei processi socioculturali. Verrà dedicata particolare attenzione ai seguenti aspetti: • Esperienze storiche del design e della comunicazione visiva • Analisi delle immagini e loro significazione • Analisi semiotica della marca in quanto fenomeno comunicativo globale: La Brand Image • Analisi dei segni grafici e comunicativi degli enti pubblici, profit e non-profit • Costruzione degli elementi per una identità visiva Analisi di case history

Testi Consigliati

G.Tozzi (a cura di) *Oggetti e processi del design*,(a cura di) Plectica, Salerno 2006 C. Branzaglia, *Comunicare con le immagini*, Bruno Mondadori, Milano 2003 C. Fulvio, *Il consumo delle immagini. Estetica e beni simbolici nella fiction economy*. Bruno Mondadori, Milano 2006

Diritto dell'informazione e della comunicazione

Guido Meloni

Obiettivi

Il corso intende offrire conoscenze avanzate nel campo del diritto dell'informazione e della comunicazione, con particolare riguardo al settore delle telecomunicazioni e del sistema radiotelevisivo. A tal fine, date per acquisite alcune conoscenze base, il corso avrà ad oggetto l'approfondimento dei sistemi normativi, di governo e di regolazione delle telecomunicazioni e del sistema radiotelevisivo, nella prospettiva comunitaria e in quella interna. Particolare attenzione verrà prestata agli orientamenti giurisprudenziali e alle decisioni delle Autorità di regolazione.

Contenuti

1. La disciplina europea sul diritto dell'informazione e della comunicazione: l'abbattimento dei monopoli e la politica comunitaria della concorrenza; il servizio pubblico e il servizio universale. 2. La disciplina giuridica delle telecomunicazioni; in particolare, il codice delle comunicazioni elettroniche: le autorità di governo e di regolazione; il mercato aperto e i vincoli amministrativi alle imprese; la regolazione delle attività di tlc; la definizione delle tariffe di accesso e delle tariffe all'utenza; la natura dei beni (reti e impianti). 3. La disciplina giuridica della radiotelevisione; in particolare il Testo Unico della radiotelevisione: le autorità di governo, di regolazione e garanzia; mercato radiotelevisivo e regime amministrativo; la tutela della concorrenza e del mercato radiotelevisivo; servizio pubblico generale e disciplina della concessionaria; le forme di finanziamento.

Testi Consigliati

I materiali di studio verranno indicati dal docente durante il corso

Ermeneutica della comunicazione

Vincenzo Costa

Obiettivi

Introdurre gli studenti alla comprensione della funzione e della struttura della comunicazione attraverso la riflessione che la filosofia contemporanea ha dedicato ad essa.

Contenuti

Gli atti linguistici e la comunicazione come creazioni di legami; Pregiudizio e dialogo: la funzione positiva del pregiudizio e la conoscenza dell'altro in Gadamer. La fusione degli orizzonti e la possibilità della comprensione. La comunità illimitata della comunicazione in Apel e Habermas. La questione del relativismo culturale. Comunicazione e multiculturalismo.

Testi Consigliati

Searle, Atti linguistici (parti), Boringhieri - Gadamer, Verità e metodo, parti, Bompiani - Habermas, teoria dell'agire comunicativo (parti), Il mulino - Donati, Oltre il multiculturalismo, Laterza

Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione

Flavia Monceri

Obiettivi

L'obiettivo del corso è analizzare i presupposti concettuali della costruzione dell'ordine politico-sociale, per soffermarsi in seguito sull'analisi di una rappresentazione che di tale ordine viene offerta nell'ambito dell'arte cinematografica. A questo scopo, nella prima parte del corso verranno considerati autori, concetti e paradigmi centrali per la riflessione scientifico-sociale contemporanea, mentre nella seconda parte la trilogia di Matrix (Andy e Larry Wachowski, 1999-2003) verrà analizzata nella prospettiva della filosofia del cinema.

Contenuti

Il corso si articolerà secondo le linee seguenti: 1. La riflessione sui compiti e sui limiti della scienza fra Ottocento e Novecento: dal prospettivismo di Friedrich Nietzsche ai concetti di oggettività e di avalutatività come proposti da Max Weber. 2. La costruzione della realtà e dell'ordine politico sociale: il paradigma del costruttivismo sociale (Alfred Schütz, Peter Berger e Thomas Luckmann, Kenneth Gergen) e il paradigma del costruttivismo radicale (Heinz von Foerster, Humberto Maturana, Francisco Varela, Ernst von Glasersfeld). 3. Ordine e istituzioni nella contemporaneità: teorie della complessità e scienze sociali; il multiculturalismo come modello di ordine costruito. 4. Rappresentazioni cinematografiche dell'ordine politico-sociale: la trilogia di Matrix (Matrix, 1999; Matrix Reloaded, 2003; Matrix Revolutions, 2003) di Andy e Larry Wachowski. L'analisi sarà condotta nella prospettiva della filosofia del cinema, affiancata dalla visione e dal commento di scene selezionate, intendendo il prodotto cinematografico come un testo/contesto capace di veicolare 'visioni del mondo' e di rappresentare, nonché creare, modelli della realtà politica, sociale e culturale.

Testi Consigliati

M. Weber, *Scienza come vocazione*, in *Scienza come vocazione*. E altri saggi di etica sociale, Franco Angeli, Milano 1996, pp. 41-85. K.J. Gergen, *An Invitation to Social Construction*, Sage, London-Thousand Oaks-New Delhi, 2005 (cap. 2). F. Monceri, *Ordini costruiti. Multiculturalismo, complessità, istituzioni*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2008. G. Pescatore (a cura di), *Matrix. Uno studio di caso*, Alberto Perdisa Editore, Ozzano dell'Emilia (BO) 2006.

Organizzazione di eventi culturali e artistici

Lorenzo Canova

Obiettivi

Il corso si propone di introdurre gli studenti all'ideazione, alla programmazione, all'organizzazione e alla comunicazione di eventi culturali istituzionali quali mostre, festival e rassegne multidisciplinari (cinema, teatro, fotografia, nuovi media, musica ecc.) progettati e realizzati da enti pubblici (regioni, province comuni, ministeri ecc.) direttamente o in collaborazione con altri soggetti quali, ad esempio, società di promozione culturale, associazioni, case editrici. In particolare saranno prese in esame le questioni relative alla progettazione, alla realizzazione e alla promozione di una mostra d'arte contemporanea.

Contenuti

Il corso prevede: - lezioni dedicate all'arte contemporanea e ai nuovi media. - lezioni dedicate all'organizzazione di eventi culturali istituzionali e in particolare di mostre, festival e rassegne multidisciplinari. Si partirà così dai diversi progetti per arrivare infine alla comunicazione dell'evento, alla pubblicità, alle questioni tecniche che interessano l'ufficio stampa. Gli studenti saranno direttamente coinvolti nell'ideazione di un progetto di mostra e nella sua realizzazione finale negli spazi di ARATRO – Laboratorio per l'Arte Contemporanea dell'Università del Molise.

Testi Consigliati

Franco Vedovello, Marco Meneguzzo, *Il tempo dell'arte. Dal Neoclassico all'arte globale*, Milano, Ghisetti e Corvi Editori, 2003, in particolare da pag. 159 a pag. 418. Fascicolo di dispense. I non frequentanti dovranno aggiungere al programma il testo: Maurizio Calvesi, *Le due avanguardie. Dal Futurismo alla Pop Art*, Bari, Editori Laterza, 1981 (anche nelle edizioni successive).

Politica economica dell'informazione

Luca Salvatici

Obiettivi

Il corso si concentra su alcuni principi economici che consentono di capire il funzionamento dei mercati dell'informazione utilizzando i modelli dell'economia industriale. Durante il corso saranno affrontate le problematiche riguardanti l'attuazione di una corretta politica della concorrenza nella delicatissima industria dei mezzi di comunicazione. Approfondimenti verranno dedicati all'industria dei quotidiani e alle dinamiche del settore audiovisivo.

Contenuti

1. L'informazione come bene economico 2. Economia dell'informazione e della pubblicità 3. L'offerta e il consumo di comunicazione 4. Il prezzo dell'informazione 5. Gli effetti di rete 6. La "differenziazione del prodotto" quale caratteristica principale delle dinamiche competitive 7. Diritti di proprietà intellettuale 8. Economie di scala e networks 9. Guerre commerciali e standards 10. La regolamentazione del settore dell'informazione: il profilo comunitario e il profilo nazionale.

Testi Consigliati

• F. DEVESCOVI, Principi di economia della televisione, Guerini e Associati, Milano, 2003 • V. SABADIN, L'ultima copia del New York Times. Il futuro dei giornali di carta, Donzelli editore, Roma, 2007 • C. SHAPIRO e H. R. VARIAN, Information rules. Le regole dell'economia dell'informazione, Etas, 1999

Promozione d'immagine e pubblicità

Docente da definire

Obiettivi

Il corso vuole offrire conoscenze avanzate e di tipo pratico sulla promozione d'immagine, la gestione della crisi d'immagine attraverso la comunicazione e le forme non convenzionali di promozione d'immagine. Il corso focalizzerà la sua attenzione inoltre, sulla pubblicità dal punto di vista di chi la deve costruire ed utilizzare come forma di promozione.

Contenuti

Il corso prevede sia momenti di lezione frontale, testimonianze ed esercitazioni pratiche. Le lezioni frontali vertono sui seguenti argomenti: a) La promozione di un'azienda: dal briefing alla realizzazione. Il caso della identità visiva. b) La promozione di una persona: elementi specifici. c) Come gestire una crisi d'immagine sia di un'azienda sia di una persona. d) La pubblicità come strumento di promozione: come costruire un messaggio pubblicitario. e) Forme non convenzionali di promozione e pubblicità: dal caso di Hello Kitty al caso Ducati. Saranno chiamati alcuni professionisti a dare testimonianze dei temi trattati in aula I partecipanti al corso avranno inoltre l'obbligo di promuovere un prodotto o una persona. Il corso prevede il coordinamento con altri docenti e materie per sviluppare un project work integrato.

Testi Consigliati

Bucci A., Marchetti A., Perini A., Trupia F., La comunicazione di crisi. Le due vie: esempi di imprese e istituzioni, Nuova Arnica ed., Roma, 1998. M.Ferraresi, A. Mortasa, S. Guingo, Teorie e tecniche della pubblicità, Carocci, Roma, 2007. M.Miani, Comunicazione non convenzionale, Il Mulino, Bologna, 2008.

Psicologia del lavoro e delle organizzazioni

Valeria Piras

Obiettivi

• Fornire un quadro di riferimento storico, teorico e metodologico che permetta di avvicinarsi alla psicologia del lavoro e delle organizzazioni in un'ottica centrata sull'articolazione tra sfera individuale e sfera organizzativa. • Esaminare i temi sviluppati nell'ambito della psicologia del lavoro e delle organizzazioni al fine di cogliere i molteplici percorsi lungo i quali si sono evoluti i principali ambiti di ricerca, anche alla luce degli attuali profondi cambiamenti del lavoro. • Acquisire la conoscenza dei campi d'indagine e la comprensione delle principali tecniche psicologiche d'intervento nelle organizzazioni.

Contenuti

Parte Istituzionale I significati e le rappresentazioni del lavoro. Cambiamenti nel lavoro e nei lavoratori. L'analisi del lavoro. Transizioni al lavoro e socializzazione occupazionale. Motivazioni al lavoro e contratto psicologico. Competenze, prestazioni e loro valutazione. I gruppi di lavoro. Gli esiti dell'esperienza lavorativa. Parte seminariale Il Processo di formazione: le figure professionali coinvolte nel processo di formazione Il Processo di Selezione: dalla progettazione alla scelta delle persone

Testi Consigliati

Sarchielli G., *Psicologia del lavoro*, Il Mulino, Bologna, 2003 - Tanucci G., Cortini M., Manuti A. (a cura di), *I mestieri della formazione*, (in stampa) - Borgogni L., Consiglio C. (a cura di), *La selezione. Metodi e strumenti psicologici per scegliere le persone*

Strategie di comunicazione d'impresa

Maddalena Della Volpe

Obiettivi

Il corso intende fare emergere la funzione strategica svolta dalla comunicazione nelle imprese: si tratta di una leva determinante per il vantaggio competitivo, che viene collocata nell'ambito del sistema integrato di comunicazione d'impresa. Produzione e diffusione di conoscenza hanno visto cambiamenti radicali, supportati dallo sviluppo di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione: le imprese rete si trovano ad accogliere nuove sfide sul piano della cooperazione e della comunicazione.

Contenuti

Nell'era dell'economia della conoscenza, la sfida è di organizzare, gestire ed integrare la conoscenza nel processo produttivo. Lo sviluppo tecnologico, con il suo elevato grado di innovazione, sconvolge di continuo gli assetti organizzativi, così che le imprese si trovano ad operare in un contesto fortemente instabile. In questo scenario, diventa urgente potenziare le conoscenze, ma anche i sistemi di cooperazione e di comunicazione. Il corso si occuperà dei seguenti argomenti: • i soggetti della comunicazione; • gli strumenti della comunicazione: da quelli tradizionali al web; • dalla Corporate Culture alla Corporate Image; • il Piano di Comunicazione nell'ambito del Piano Strategico Aziendale; • il posizionamento delle imprese tra comunicazione e marketing; • economia dell'innovazione, dell'informazione, della conoscenza; • analisi di casi aziendali.

Testi Consigliati

M. della Volpe, Comunicazione d'impresa. Percorsi e testi di sociologia, linguistica, psicologia ed economia, Liguori, Napoli, 1997 - M. della Volpe, Conoscenza Comunicazione Impresa, Carocci, Roma 2008 - A. Siano, Competenze e comunicazione del sistema d'impresa, Giuffrè Milano 2001

Teoria della comunicazione

Guido Gili

Obiettivi

Il Corso intende sviluppare una riflessione sistematica intorno al concetto di "credibilità" nella comunicazione. La credibilità dell'emittente e le condizioni della credibilità costituiscono infatti un problema centrale della comunicazione in molteplici ambiti: politico, economico, educativo, dei mass media. A tal fine verranno contestualmente analizzate le teorie sul processo di ricezione e sulle condizioni del successo/insuccesso della comunicazione.

Contenuti

Il processo di ricezione/comprendimento. Capirsi e non capirsi: il rumore nella relazione comunicativa. La credibilità. Radici, caratteri, forme, segni. Credibilità e fiducia. La circolazione sociale della credibilità. La credibilità delle organizzazioni di terzo settore.

Testi Consigliati

1) G. Gili, La credibilità. Quando e perché la comunicazione ha successo; Rubbettino, Soveria Mannelli, 2005. 2) De Blasio E., Gili G., Hibberd M., Sorice M., La ricerca sull'audience, Hoepli, Milano, 2007. 3) Gruppo SPE (a cura di), La sociologia per la persona. Approfondimenti tematici e prospettive, Franco Angeli, Milano, 2007. 4) G. Gili, Il terzo settore e la sfida della comunicazione, in I. Bartholini, Capitale sociale, reti comunicative e culture di partecipazione, Franco Angeli, Milano, 2008, pp. 59-74. 5) G. Gili, N. Rabbi, S. Stanzani, Comunicare la reciprocità. Studio su comunicazione e immagine delle organizzazioni di privato sociale attraverso il caso del "Festival internazionale delle abilità differenti", in S. Gheno (a cura di), Generare mondo. Il progetto Quality Time: azioni per lo sviluppo dell'impresa sociale, Franco Angeli, Milano, 2008, pp. 26-66.

Programmi Insegnamenti - Il Anno

Comportamento organizzativo

Francesca di Virgilio

Obiettivi

Obiettivo principale del corso è quello di affrontare, dal punto di vista teorico, metodologico e applicativo, le problematiche organizzative connesse al comportamento organizzativo e a tutti gli aspetti inerenti la struttura, le dinamiche e i processi di gruppo. Il "gruppo", come insieme di individui che perseguono un obiettivo comune, sarà analizzato con un approccio multidimensionale che individua e prende in esame sia gli aspetti di assetto e struttura, sia i meccanismi di relazione, che legano il gruppo ad una dimensione di sistema di business.

Contenuti

Il corso di Comportamento organizzativo e processi di gruppo, si articola in 36 ore di didattica, per un totale di 6 crediti, è strutturato sulla base di due moduli didattici: • Nel primo modulo (3 cfu) sono affrontati i temi di base per l'analisi dell'evoluzione del concetto di gruppo nei contesti organizzativi, partendo dall'evoluzione del concetto di gruppo fino al passaggio al team work. Lo studio si concentra sulla definizione teorica del concetto di gruppo e sull'individuazione delle diverse tipologie individuabili nelle realtà organizzative. Nel modulo inoltre si analizzeranno come i percorsi effettivi di evoluzione di un gruppo si affiancano a precise motivazioni e approcci teorici. • Nel secondo modulo (3 cfu) l'attenzione è focalizzata sugli aspetti operativi: obiettivi, clima e metodi, del gruppo di lavoro inteso come livello organizzativo intermedio tra l'individuo e l'azienda. Il gruppo è studiato sia per l'aspetto dell'assetto, sia per quello dei meccanismi di relazione e di funzionamento che si sviluppano al suo interno, quali i ruoli, i comportamenti di leadership. Durante questo modulo i partecipanti al corso sono impegnati in un'attività di laboratorio di team management, inerente l'approfondimento di strumenti operativi legati alle dinamiche e ai processi di gruppo.

Testi Consigliati

Bibliografia: Kreitner R., Kinicki A., 2004, "Comportamento organizzativo", Apogeo, Milano.
Lecture consigliate: Henry L. Tosi [et al.], 2002, "Comportamento organizzativo : persone, gruppi e organizzazione", Egea, Milano. Noe R. A., [et al.], 2006, "Gestione delle risorse umane", Apogeo, Milano.

Laboratorio di costruzione di un sito web per la P.A.

Gianfranco de Gregorio

Obiettivi

L'insegnamento mira a fornire agli studenti le chiavi concettuali, interpretative e metodologiche necessarie a coordinare il processo di realizzazione di un sito web per la P.A., ossia a:

- gestire in prima persona gli aspetti progettuali, economici, organizzativi e l'impostazione strategico-comunicativa;
- sovrintendere alle fasi di sviluppo coordinando le risorse coinvolte nella sua realizzazione e favorendo la massima armonia e coesione funzionale delle sue diverse componenti;
- assicurare la coerenza finale del sito e della sua gestione alle finalità istituzionali e comunicative ad esso affidate.

Contenuti

Il programma didattico è ispirato al modello metodologico della realizzazione di un sito web istituzionale: i diversi contenuti sono infatti affrontati con una sequenza logica identica a quella delle attività esecutive che esso comporta e delle domande cui ciascuna di esse fornisce una risposta (cosa è, perché si realizza, come si costruisce e gestisce). Il laboratorio dunque composto di tre fasi: 1. la prima, di tipo frontale, è di carattere generale ed è finalizzata a definire lo stato dell'arte tecnologica ed applicativa di Internet, le condizioni tecniche che ne hanno consentito l'affermazione, la sua evoluzione storica, i numeri della sua diffusione; 2. la seconda, anch'essa di tipo frontale, affronta il tema strategico dell'uso del web nell'ambito della comunicazione istituzionale, ossia della definizione delle sue caratteristiche distintive in termini di mission, funzionalità e servizi, passando in rassegna i fattori culturali, organizzativi, politici e normativi che hanno spinto la Pubblica Amministrazione a fare un uso sempre più spinto e pervasivo della Rete; 3. la terza ed ultima fase, di tipo pratico, affronta, in modo simulato, l'intero percorso realizzativo di un sito web per la P.A., analizzandone le singole componenti e affrontando la metodologia organizzativa del lavoro di sviluppo, start up e gestione a regime. Quest'ultima fase del laboratorio viene svolta attraverso un'esercitazione (workproject) nel quale ciascuno studente partecipa alla stesura di un progetto esecutivo di un sito web per una Pubblica Amministrazione. In questa fase gli studenti utilizzano una webliografia specifica ed effettuano sessioni di analisi e discussione critica di siti web della P.A. esaminati in aula. L'esame consiste nella presentazione e discussione del progetto elaborato.

Testi Consigliati

- AA.VV., Linee guida per la promozione della cittadinanza digitale, MIT/Formez, 2004 - AA.VV., Le città digitali in Italia 2004-2005, Censis-RUR-Formez, Franco Angeli, 2006 - Kermol Enzo e Pira Francesco, Dall'e-commerce all'e-government, CLEUP, 2001 - Postai Sofia, Siti che funzionano, HopsLibri, 2004 - Scano Roberto, Accessibilità: dalla teoria alla realtà, IWA Italy, 2004

Laboratorio di sviluppo Uffici Relazione con il Pubblico

Massimo Franceschetti

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono di offrire agli studenti: a) un quadro approfondito degli uffici per le relazioni con il pubblico. b) elementi concreti per poter organizzare l'ufficio: dalla posizione nell'organigramma alla organizzazione del back e del front office. c) un'esperienza concreta di analisi e consulenza per migliorare gli uffici per le relazioni con il pubblico presenti sul territorio. Il corso ha un carattere eminentemente pratico. Gli studenti affronteranno i diversi temi svolgendo lavori specifici, lavori di gruppo, simulazioni. Le lezioni sono impostate per permettere la continua partecipazione degli studenti.

Contenuti

Il programma del corso si articola in tre parti
Prima parte (6 ore circa) Analisi e approfondimento del senso e del ruolo dell'Ufficio per le relazioni con il pubblico nella Pubblica Amministrazione
Seconda parte (19 ore circa) Definizione degli elementi concreti di organizzazione e sviluppo dell'Urp: Organigramma Organizzazione spazi, orari, gestione del personale Organizzazione back office Organizzazione front office Gestione del contatto con l'utente
Terza parte (7 ore circa) Definizione della griglia di valutazione di un Urp Analisi di un Urp scelto dallo studente e definizione degli elementi necessari per un suo possibile miglioramento. Tra la seconda e la terza parte ci sarà un mese circa di distanza per permettere agli studenti di svolgere il loro lavoro di analisi dell'ufficio prescelto.

Testi Consigliati

Roberto Grandi, La comunicazione pubblica, Carocci, Roma, 2001. Massimo Franceschetti, Comunicare con l'utente, Carocci, Roma, 2007. Alessandro Rovinetti, Diritto di parola, Il Sole 24 ore, Milano, 2002.

Politica economica dei media

Luca Salvatici

Obiettivi

Il corso si concentra su alcuni principi economici che consentono di capire il funzionamento dei mercati dell'informazione utilizzando i modelli dell'economia industriale. Durante il corso saranno affrontate le problematiche riguardanti l'attuazione di una corretta politica della concorrenza nella delicatissima industria dei mezzi di comunicazione. Approfondimenti verranno dedicati all'industria dei quotidiani e alle dinamiche del settore audiovisivo.

Contenuti

1. L'informazione come bene economico 2. Economia dell'informazione e della pubblicità 3. L'offerta e il consumo di comunicazione 4. Il prezzo dell'informazione 5. Gli effetti di rete 6. La "differenziazione del prodotto" quale caratteristica principale delle dinamiche competitive 7. Diritti di proprietà intellettuale 8. Economie di scala e networks 9. Guerre commerciali e standards 10. La regolamentazione del settore dell'informazione: il profilo comunitario e il profilo nazionale.

Testi Consigliati

• F. DEVESCOVI, *Principi di economia della televisione*, Guerini e Associati, Milano, 2003 • V. SABADIN, *L'ultima copia del New York Times. Il futuro dei giornali di carta*, Donzelli editore, Roma, 2007 • C. SHAPIRO e H. R. VARIAN, *Information rules. Le regole dell'economia dell'informazione*, Etas, 1999

Psicologia del lavoro e dell'organizzazione

Valeria Piras

Obiettivi

- Fornire un quadro di riferimento storico, teorico e metodologico che permetta di avvicinarsi alla psicologia del lavoro e delle organizzazioni in un'ottica centrata sull'articolazione tra sfera individuale e sfera organizzativa.
- Esaminare i temi sviluppati nell'ambito della psicologia del lavoro e delle organizzazioni al fine di cogliere i molteplici percorsi lungo i quali si sono evoluti i principali ambiti di ricerca, anche alla luce degli attuali profondi cambiamenti del lavoro.
- Acquisire la conoscenza dei campi d'indagine e la comprensione delle principali tecniche psicologiche d'intervento nelle organizzazioni.

Contenuti

Parte Istituzionale I significati e le rappresentazioni del lavoro. Cambiamenti nel lavoro e nei lavoratori. L'analisi del lavoro. Transizioni al lavoro e socializzazione occupazionale. Motivazioni al lavoro e contratto psicologico. Competenze, prestazioni e loro valutazione. Gli esiti dell'esperienza lavorativa. Parte seminariale Il Processo di formazione: le figure professionali coinvolte nel processo di formazione.

Testi Consigliati

Sarchielli G., *Psicologia del lavoro*, Il Mulino, Bologna, 2003 - Tanucci G., Cortini M., Manuti A. (a cura di), *I mestieri della formazione*, (in stampa)

Strategia e tecnica della comunicazione pubblica

Docente da definire

Obiettivi

Offrire strumenti teorico pratici per la gestione della comunicazione in una istituzione pubblica. In particolare: a) Offrire elementi per il coordinamento di portavoce, ufficio stampa, ufficio relazioni con il pubblico (legge 150/2000 e direttive seguenti) b) Offrire elementi per la progettazione e lo sviluppo di un piano di comunicazione di un ente pubblico Il corso si avvarrà della collaborazione degli altri corsi o laboratori che trattano materie affini in modo da coordinarsi in un lavoro comune.

Contenuti

Il corso si articola in una parte frontale in aula e in un lavoro pratico da concordare e coordinare insieme con altri docenti. Gli argomenti della parte frontale sono La comunicazione di una istituzione pubblica: quali specificità Credibilità e comunicazione pubblica La legge 150/2000 e direttive come basi per comprendere come muoversi La funzione del coordinamento: particolarità e difficoltà Portavoce, ufficio stampa e urp: chi fa che cosa e perché Il piano di comunicazione di un ente pubblico.

Testi Consigliati

S. Rolando, *Teorie e tecniche della comunicazione pubblica*, Etas, Milano, 2003. A. Rovinetti, *Diritto di parola*, Il sole 24 ore, Milano, 2002. N. Levi, *Il piano di comunicazione*, Cantieri, Milano, 2005.

Teoria e tecnica della comunicazione visiva

Docente da definire

Obiettivi

Obiettivo del corso sarà quello di fornire una gamma di strumenti metodologici atti a decodificare i processi culturali e comunicativi della rappresentazione visiva. Il corso si articolerà secondo una serie di tappe che analizzeranno l'evoluzione della comunicazione visiva, con particolare attenzione ai sistemi degli artefatti comunicativi materiali e immateriali. Particolare attenzione verrà dedicata alla dimensione linguistica e/o segnica dei messaggi visivi.

Contenuti

Il corso analizzerà la Comunicazione Visiva come punto nevralgico della moderna cultura materiale, confluenza di molteplici ed eterogenei processi socioculturali. Verrà dedicata particolare attenzione ai seguenti aspetti: • Esperienze storiche del design e della comunicazione visiva • Analisi delle immagini e loro significazione • Analisi semiotica della marca in quanto fenomeno comunicativo globale: La Brand Image • Analisi dei segni grafici e comunicativi degli enti pubblici, profit e non-profit • Costruzione degli elementi per una identità visiva Analisi di case history.

Testi Consigliati

G.Tozzi (a cura di) *Oggetti e processi del design*, (a cura di) *Plectica*, Salerno 2006 - C. Branzaglia, *Comunicare con le immagini*, Bruno Mondadori, Milano 2003 - C. Fulvio, *Il consumo delle immagini. Estetica e beni simbolici nella fiction economy*. Bruno Mondadori, Milano 2006.