

## Indice

Care Studentesse, cari Studenti .....	5
PRESENTAZIONE UNIMOL .....	6
LA SCELTA, LE FACOLTÀ E I CORSI DI STUDIO.....	7
LE NOSTRE SEDI.....	8
UNIMOL ON LINE .....	9
ORGANIZZAZIONE GENERALE.....	11
REGOLAMENTO DIDATTICO DI ATENEIO .....	14
CALENDARIO ACCADEMICO 2010 - 2011 .....	14
LE BIBLIOTECHE.....	17
DIRITTO ALLO STUDIO .....	18
LO STUDENTE AL CENTRO DELL'UNIVERSITA' .....	20
CENTRO LINGUISTICO DI ATENEIO .....	24
IL CADRI - Centro di Ateneo per la Didattica e la Ricerca in Informatica .....	30
SERVIZI AGLI STUDENTI .....	32
INFORMAZIONI GENERALI PER GLI STUDENTI .....	36
STRUTTURE E SERVIZI DI SUPPORTO ALLA DIDATTICA.....	39
ATTIVITA' CULTURALI, RICREATIVE E SPORTIVE .....	41
FACOLTA' DI SCIENZE UMANE E SOCIALI.....	46
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'.....	53
Organizzazione .....	65
Piano di studi anno accademico 2010 - 2011.....	68

<b>Offerta Didattica anno accademico 2010 - 2011 .....</b>	<b>71</b>
<b>Programmi insegnamenti – I Anno .....</b>	<b>73</b>
<b>Programmi insegnamenti – II Anno .....</b>	<b>91</b>

## **Care Studentesse, cari Studenti,**

ventotto anni fa nasceva il nostro Ateneo. Oggi possiamo affermare che molte scommesse sono state vinte, grazie agli sforzi di tutti: docenti, ricercatori, personale tecnico-amministrativo, ma anche e soprattutto con il vostro decisivo contributo in termini di impegno e di partecipazione alla vita accademica.

I dati positivi di Almalaurea basati sulle dichiarazioni dei nostri laureati testimoniano questo sforzo e il livello di qualità e di eccellenza raggiunto dal nostro Ateneo.

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 fin da subito parte di questa realtà.

In questi anni l'Università del Molise ha progettato ed avviato molti nuovi corsi di laurea, rinnovando notevolmente l'offerta formativa.

Ha concretizzato il piano di sviluppo di edilizia universitaria, dalle nuove sedi didattiche al collegio medico, alle palestre di Ateneo al Palazzetto dello Sport inaugurato in occasione dei Campionati Nazionali Universitari ed alle residenze studentesche del Campus di Vazzieri a Campobasso e di Pesche in fase di ultimazione.

La didattica post universitaria è stata sviluppata e rafforzata per consentire a quanti intendono proseguire gli studi di specializzarsi presso il nostro Ateneo.

Stiamo lavorando ad un grande progetto che è quello di rispondere al meglio al bisogno degli studenti di crearsi una solida preparazione culturale e professionale, ma anche quello di dare una risposta importante e di lungo periodo alle esigenze di qualità dell'intero tessuto territoriale. Un progetto di crescita culturale e di formazione come fattore decisivo di cambiamento, determinante per lo sviluppo civile, economico e sociale della comunità molisana.

Ed ecco che 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 a un sempre più stretto rapporto con il territorio, il mondo produttivo e culturale.

È con questa determinazione che un progetto così impegnativo è portato avanti. Coordinare e integrare gli sforzi, produrre e attuare strategie chiare, univoche e condivise è garanzia di risultato e di crescita e allora, come dice lo slogan di quest'anno, Tre....due..Unimol!

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. Le strutture didattiche e scientifiche di avanguardia, il rapporto numerico ottimale docenti-studenti e le opportunità di formazione ne sono la testimonianza. Oltre 10.500 gli studenti iscritti ne sono la conferma.

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 la Scuola di Specializzazione per le Professioni Legali e sono in corso di attivazione anche diverse scuole di specializzazione della Facoltà di Medicina e Chirurgia.

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 dello 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 sia una sempre maggiore qualità della didattica e della ricerca che nuove e più efficaci opportunità.

### **Università degli Studi del Molise**

Via Francesco De Sanctis - 86100 Campobasso [www.unimol.it](http://www.unimol.it) -tel. 0874 4041

### **Centro Orientamento e Tutorato**

[orientamento@unimol.it](mailto:orientamento@unimol.it) - tel. 0874 404542 – 0874 404759

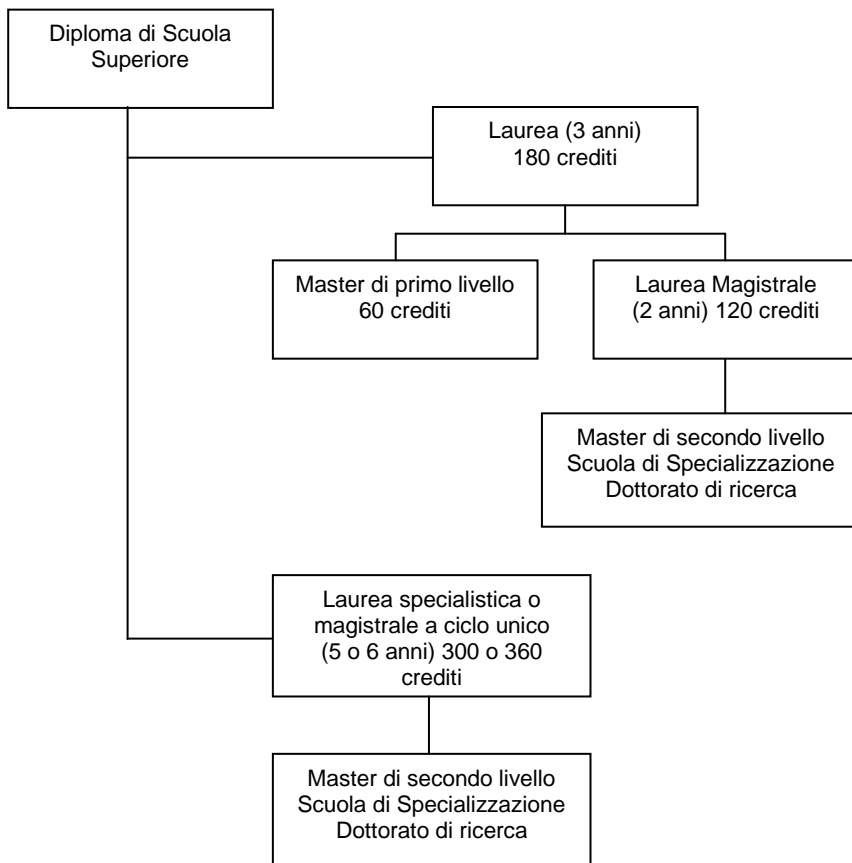
## LA SCELTA, LE FACOLTÀ E I CORSI DI STUDIO

### 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

### **Facoltà di Economia**

Via De Sanctis II Edificio Polifunzionale  
Campobasso 86100 - tel. 0874 404360  
e-mail: economia@unimol.it  
Via Mazzini, Isernia 86170 -  
tel. 0865 478901  
Via Duca degli Abruzzi,  
Termoli 86039 - Tel.0874 404804

### **Facoltà di Giurisprudenza**

Viale Manzoni I Edificio Polifunzionale  
Campobasso 86100 - tel. 0874 404559  
e-mail: giur@unimol.it

### **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. 0874404764  
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  
Via Mazzini, Isernia 86170 -  
tel. 0865 478901  
Via Duca degli Abruzzi, Termoli  
Tel.0874 404804

### **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:  
segreteria.colozza@unimol.it

## UNIMOL ON LINE

Grazie per aver scelto l'Università degli Studi del Molise. Sul sito [www.unimol.it](http://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 (II 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 Mazzini)
- nella sede della Facoltà di Pesche (Località Fonte Lappone)

È attivo un indirizzo di posta elettronica: [helpdeskesse3@unimol.it](mailto:helpdeskesse3@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. 2010 - 2011**

I termini per le immatricolazioni e le iscrizioni agli anni successivi, per l'A.A. 2010 - 2011 decorrono dal 2° agosto 2010 al 1° ottobre 2010 (fatta eccezione per i corsi per i quali vige il numero programmato).

Nel rispetto dei vincoli e dei requisiti dettati dal Regolamento Tasse e Contributi per l'A.A. 2010 - 2011, lo studente dovrà dichiarare - entro il 31 gennaio 2011 - 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 e i Corsi di Studio.

### **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**

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.

### **Il Consiglio di Corso di Studio**

E' l'organo collegiale composto dai professori di ruolo e dai ricercatori che concorrono alla didattica del corso di studio, da un rappresentante del personale tecnico-amministrativo e da uno o più rappresentanti degli studenti.

Il Consiglio di Corso di Studi, coordinato da un Presidente eletto tra i suoi componenti, delibera sulla programmazione e coordinamento didattico, sull'approvazione dei piani di studio, oltre a proporre al Consiglio di Facoltà l'attivazione e disattivazione di insegnamenti e realizzare compiti specifici delegati dalla Facoltà.

I titoli di studio rilasciati dall'Università del Molise comprendono:

- La Laurea
- La Laurea Magistrale
- I diplomi di specializzazione
- I Master di primo e secondo livello
- Il Dottorato di Ricerca

### **Le Scuole 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.

### **Master**

I Master universitari sono corsi di perfezionamento scientifico e di alta formazione ricorrente e permanente e aggiornamento professionale successivi al conseguimento della laurea e della laurea magistrale che le università possono attivare disciplinandoli nei propri regolamenti didattici di Ateneo.

### **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 professionale. 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 2010 - 2011

Definisce l'anno accademico che decorre dal 1° Ottobre 2010 al 30 Settembre 2011. L'anno accademico è suddiviso in due semestri il primo decorre dal 1° Ottobre 2010 e termina il 22 Gennaio 2011 e il secondo decorre dal 1° Marzo 2011 e termina il 4 Giugno 2011. 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 2010 (lunedì)
Immacolata Concezione:	8 dicembre 2010 (mercoledì)
Vacanze di Natale:	dal 20 dicembre 2010 (lunedì) al 6 gennaio 2011 (giovedì)
Vacanze di Pasqua:	dal 21 aprile 2011 (giovedì) al 27 aprile 2011 (mercoledì)
Ricorrenza del Santo Patrono:	Campobasso: 23 aprile 2011 (sabato) Isernia: 19 maggio 2011 (giovedì) Termoli: 4 agosto 2011 (giovedì) Pesche: 29 settembre 2011 (giovedì)
Anniversario della Liberazione:	25 aprile 2011 (lunedì)
Festa del lavoro:	1° maggio 2011 (domenica)
Anniversario della Repubblica:	2 giugno 2011 (giovedì)

### Date da ricordare 2° agosto 2010

Inizio periodo di presentazione delle domande di immatricolazione e di iscrizione ad anni successivi, di passaggio ad altro corso di studio, di trasferimento da e ad altre Università, di opzione ai corsi del nuovo ordinamento, di cambio di indirizzo 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.
<b>1° ottobre 2010</b>	Inizio anno accademico 2010 - 2011. Inizio attività accademiche - primo semestre.
<b>1° ottobre 2010</b>	Scadenza del termine di presentazione delle domande di immatricolazione e di iscrizione ad anni successivi, di passaggio ad altro corso di studio, di trasferimento da e ad altre Università, di opzione ai corsi del nuovo ordinamento e di presentazione o variazione del piano di studio individuale. (NB: per la presentazione della domanda di trasferimento lo studente deve essere in regola con la propria posizione amministrativa).
<b>22 gennaio 2011</b>	Termine attività accademiche - primo semestre.
<b>31 gennaio 2011</b>	Scadenza del termine di presentazione delle autocertificazioni ai fini dell'esonero totale e/o parziale dal pagamento delle tasse e dei contributi universitari.
<b>Gennaio - febbraio 2011</b>	Primo appello sessione ordinaria - (per i corsi semestralizzati attivati nel primo semestre dell'A.A. 2010-2011).
<b>1° marzo 2011</b>	Inizio attività accademiche - secondo semestre.
<b>4 giugno 2011</b>	Termine attività accademiche - secondo semestre.
<b>30 giugno 2011</b>	Scadenza del termine per il pagamento della seconda rata delle tasse e dei contributi universitari.
<b>giugno – luglio 2011</b>	Inizio esami sessione estiva.
<b>30 settembre 2011</b>	Fine attività accademiche.

\*(fatta eccezione per i corsi per l'accesso ai quali vige il 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 previsti, entro i 15 giorni liberi successivi alla scadenza dei termini sopra indicati.

Soltanto per la sessione straordinaria saranno accolte istanze tardive, dietro il pagamento dei contributi di mora previsti, anche oltre il termine dei 15 giorni liberi successivi alla scadenza, ma comunque entro il termine di presentazione agli sportelli delle Segreterie Studenti dell'elaborato relativo alla prova finale.

## LE BIBLIOTECHE

### **Sede di Campobasso**

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](http://www.unimol.it) nella sezione SERVIZI → Biblioteche è possibile consultare il catalogo online (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 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, presso la Facoltà di Ingegneria, 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 31 gennaio 2011.

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](http://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 informazioni su servizi e quantificazione degli importi di tasse e contributi, consultare il Manifesto generale degli Studi per l'A.A. 2010 - 2011 pubblicato sul sito web: [www.unimol.it](http://www.unimol.it) nella sezione Portale dello Studente, oppure recarsi presso il Settore Diritto allo Studio in via De Sanctis III Edificio Polifunzionale (responsabile dott. Fiore Carpenito tel. 0874/404787-572).

Per ogni altra informazione generale su immatricolazioni, iscrizioni e scadenze 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 Mariacristina Cefaratti e-mail: [segreteriastudenti@unimol.it](mailto:segreteriastudenti@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 Mazzini, tel. 0865 478901 e-mail: [segreteriastudenti@unimol.it](mailto:segreteriastudenti@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: [segreteria studenti@unimol.it](mailto:segreteria studenti@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 17.30. Sono situati presso il III Edificio Polifunzionale in via De Sanctis a Campobasso.

Numero Verde 800588815 - fax 0874 98700 e-mail: [orientamento@unimol.it](mailto:orientamento@unimol.it)

### **IL PLACEMENT UNIVERSITARIO**

L'Università attraverso l'ufficio centrale di Placement prevede un approccio integrato di informazione, orientamento e supporto a favore di studenti e laureati, docenti e imprese per superare lo scollamento che spesso esiste tra le attese di coloro che entreranno nel mercato del lavoro e le diverse esigenze del sistema produttivo.

Attraverso l'analisi dei principali sbocchi occupazionali, in base al corso di laurea frequentato, si valutano attitudini, potenzialità ed interessi del candidato. Il fine è quello di consentire un veloce inserimento del laureato nel mondo del lavoro.

L'ufficio è impegnato nelle attività di:

- organizzazione e gestione stage;
- realizzazione di percorsi di inserimento lavorativo mediante attività di affiancamento e formazione;
- gestione dei rapporti con i soggetti coinvolti nelle politiche attive del lavoro;
- colloqui individuali (counseling);
- azione formativa collettiva - come scrivere un curriculum vitae, tecniche e strumenti per la ricerca di lavoro- come presentarsi ad un colloquio di lavoro, sicurezza e salute sul luogo di lavoro, auto imprenditorialità;
- monitoraggio della condizione occupazionale del laureato Unimol.

## 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](mailto: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 Sanctis, al 1° Piano.

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

## SETTORE RELAZIONI INTERNAZIONALI

L'Università, nell'ambito del 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; nei paesi dello Spazio economico europeo (SEE): Islanda, Liechtenstein, Norvegia; nonché la Turchia, in quanto paese candidato, nei cui confronti si applica una procedura di preadesione.

Lo scopo principale è quello di consentire ai giovani universitari di vivere esperienze culturali all'estero, di conoscere nuovi sistemi di istruzione superiore, di perfezionare la conoscenza di almeno un'altra lingua e di incontrare giovani di altri paesi.

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. Le borse sono pubblicizzate con apposito Bando annuale.

Il Settore Relazioni Internazionali è situato presso il III Edificio Polifunzionale in via F. De Sanctis a Campobasso.

e-mail: [relazint@unimol.it](mailto:relazint@unimol.it) - tel. 0874 404768/415 - fax 0874 404258

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](mailto: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**

I corsi di lingue a partire dall'Anno Accademico 2009/2010 si svolgono a cura del Centro Linguistico di Ateneo (d'ora in poi CLA).

Gli insegnamenti delle lingue sono articolati secondo i livelli di competenze riconosciuti e descritti nel Quadro Comune Europeo di Riferimento (QCER). Il Quadro europeo prevede un livello elementare (articolato a sua volta in A1-A2), un livello intermedio (articolato in B1-B2) e un livello avanzato (articolato in C1-C2).

### **PERCORSO FORMATIVO PER LA LINGUA INGLESE**

In tutti i corsi di studio dell'Ateneo in cui è prevista la conoscenza di una sola lingua, tale lingua è l'inglese.

Per la lingua inglese gli studenti di laurea triennale (d'ora in seguito laurea) dovranno possedere in uscita un livello B1 di General English e in uscita dalle lauree magistrali, a partire dall'anno accademico 2011/2012, un livello B2. Per le lauree magistrali gli esami di lingua si svolgeranno, fino alla coorte di iscritti 2010/2011 compresa, secondo le modalità previste nel piano di studi dell'anno d' immatricolazioni.

Il raggiungimento del livello B1 permette allo studente di acquisire 3 CFU ed il relativo voto, oppure la valutazione di idoneità, secondo quanto stabilito dall'ordinamento didattico.

Per i corsi di studio che prevedono per la lingua inglese un numero di CFU maggiore di 3, l'esame include sia il B1 di General English sia CFU ulteriori di competenze specifiche (chiamate CFU integrativi) legate alle tematiche del corso di studi. I programmi di tali corsi, sempre erogati a cura del Centro Linguistico, verranno indicati a inizio anno accademico e pubblicati sul sito del CLA ([alla pagina http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra\\_pagina?id\\_pagina=8444](http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=8444)).

### **PERCORSO FORMATIVO PER LA SECONDA LINGUA**

Nei piani di studio che prevedono una seconda lingua essa è a scelta dello studente tra gli insegnamenti di lingue attivati presso il CLA.

Anche per la seconda lingua il corso è organizzato secondo i livelli del QCER. Per la seconda lingua i livelli da raggiungere sono: il livello A2 per tedesco e francese, e il livello B1 per spagnolo. Il raggiungimento del livello previsto per ciascuna lingua permette allo studente di acquisire 3 CFU ed il relativo voto, oppure la valutazione di idoneità, secondo quanto stabilito dall'ordinamento didattico.

Per i corsi di studio che prevedano per la seconda lingua un numero di CFU maggiore di 3, l'esame include sia il livello A2 o B1 (come sopra specificato in base alla lingua scelta) sia competenze specifiche legate alle tematiche del corso di studi (chiamate CFU integrativi).

I programmi di tali corsi, sempre erogati a cura del Centro Linguistico, verranno indicati a inizio anno accademico e pubblicati sul sito del CLA ([alla pagina http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra\\_pagina?id\\_pagina=8444](http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=8444)).

## ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA DELLE LINGUE NEI CORSI DI LAUREA: DAL TEST D'INGRESSO ALL'ESAME

Lo studio di una lingua inizia con un test d'ingresso (placement test) volto all'accertamento delle competenze linguistiche in entrata dello studente. Il test consente di attribuire un livello di partenza in base al quale lo studente potrà essere collocato in un gruppo classe di pari competenze e livello.

Il test di ingresso per la lingua inglese necessario per l'accertamento del livello minimo di conoscenze e competenze per l'accesso ai corsi (A2) viene somministrato nella Giornata della Matricola (ottobre 2010).

Gli studenti che abbiano ottenuto nel test il risultato A2, seguiranno regolarmente il corso B1 nel secondo semestre.

Gli studenti che non abbiano ottenuto tale risultato o che siano dei principianti assoluti della lingua inglese, hanno a disposizione un percorso formativo nel primo semestre finalizzato al recupero delle competenze necessarie ad entrare nel corso B1 del secondo semestre. Il percorso di recupero si articola in un primo corso di 20 ore destinato a principianti assoluti e un secondo corso di 40 ore (25 di docenza + 15 di lettorato con madrelingua) destinato a coloro devono potenziare o raggiungere il livello A2. Tali attività di recupero non danno diritto a crediti formativi. Alla fine delle attività di recupero lo studente sosterrà nuovamente il test per certificare il possesso dell'A2. Se la prova dimostrerà il progresso formativo realizzato, lo studente verrà ammesso al corso B1.

Per coloro che non intendano avvalersi del percorso di recupero predisposto dall'Ateneo e scelgano di recuperare autonomamente i debiti formativi di lingue, l'accesso al corso B1 verrà consentito dopo che, sostenendo nuovamente alla fine del primo semestre il test di A2, avranno dimostrato di aver raggiunto tale livello.

In conclusione, la frequenza del corso B1 è subordinata al possesso dell'A2 registrato sul libretto linguistico.

Anche per le altre lingue a inizio del primo semestre viene somministrato un test d'ingresso con finalità analoghe a quelle indicate per la lingua inglese. Il CLA attiva nel primo semestre i corsi di livello inferiore (A1 per tedesco e francese e A2 per spagnolo). Tali corsi non danno diritto a crediti formativi in quanto volti al recupero di competenze pregresse e a preparare lo studente al livello di corso richiesto dal corso di laurea. I corsi che danno diritto a CFU sono erogati nel secondo semestre.

Riepilogando, la scansione temporale del percorso formativo per la lingua inglese è il seguente:

ottobre	primo semestre	secondo semestre
Giornata della Matricola: somministrazione del <b>Test d'ingresso obbligatorio e consegna del Libretto Linguistico con annotazione del risultato</b>	Per principianti assoluti, <b>corso di avvicinamento alla lingua inglese di 20 ore (il corso sarà attivato sia a Isernia-Pesche, sia a Termoli sia a</b>	<b>Corsi di livello B1</b> (della durata di 60 ore) per tutte le lauree;

del test;	<b>Campobasso);</b>  <b>Corsi di livello A2</b> (della durata di 40 ore) in ciascuna sede per colmare <b>debiti formativi</b> degli studenti che non hanno raggiunto il livello A2 nel test di ingresso;  <b>Fine corso: test finale per provare il possesso del livello A2;</b>	<b>Per i piani di studio che lo prevedono, corsi di competenze specifiche</b> di numero di ore variabili in base al piano di studi;  Esami finali dei corsi B1 e di competenze specifiche;  Ulteriore somministrazione del test per il livello A2.
-----------	--	--

Riepilogando, la scansione temporale del percorso formativo per le lingue seconde è il seguente:

ottobre	primo semestre	secondo semestre
Somministrazione di un <b>Test d'ingresso obbligatorio</b> e <b>annotazione sul Libretto Linguistico</b> del risultato del test;	<b>Corsi di livello A1 di tedesco e francese e di livello A2 per spagnolo</b> (della durata di 40 ore) per <b>colmare debiti formativi;</b>  Febbraio: test finale per i corsi erogati nel primo semestre;	<b>Corsi di livello A2 per francese e tedesco e di livello B1 per spagnolo</b> (della durata di 60 ore);  <b>Per i corsi di studio che lo prevedono, corsi di competenze specifiche</b> di numero di ore variabili in base al piano di studi;  Esami finali dei corsi erogati nel semestre a giugno e luglio;  Ulteriore somministrazione del test per i corsi del primo semestre.

La frequenza dei corsi di lingua è sottoposta alle regolamentazioni definite da ciascun corso di studio.



### Libretto Linguistico

Il percorso linguistico di ogni studente a partire dai test di ingresso e per l'intero periodo di formazione universitaria sarà registrato sul Libretto Linguistico rilasciato a cura del Centro Linguistico. Il libretto linguistico non sostituisce il libretto universitario.

### Esami

Le **sessioni di esami** per tutti i corsi di lingua si svolgeranno due volte all'anno per un totale di 4 appelli. Gli esami verranno registrati sia sul libretto universitario (in base ai CFU previsti dallo specifico corso di studi dello studente, sia sul libretto linguistico, in base al livello QCER).

Gli esami riguardano le 4 abilità (ascolto, conversazione, lettura, produzione scritta) e le conoscenze grammaticali e prevedono una prova scritta, superata la quale si potrà accedere alla prova orale. Per gli studenti che devono acquisire un numero di CFU maggiore di 3 l'esame è unico e include sia le prove del B1 di General English sia la parte relativa alle competenze specifiche.

Gli esami di lingue si prenotano on-line sul sito del CLA (alla pagina [http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra\\_pagina?id\\_pagina=8436](http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=8436)).

Per gli esami da 3 CFU (esempio General English) la denominazione è la seguente: nome della lingua, livello, sede di svolgimento dell'esame (cioè Campobasso o Termoli o Isernia-Pesche), esempio: lingua B1 Termoli, lingua francese A2 Isernia-Pesche. Ogni appello prevede una data per lo scritto e una per l'orale (in qualche caso scritto e orale si svolgono nello stesso giorno). Occorre prenotare separatamente sia lo scritto sia l'orale. L'accesso all'orale però è subordinato al superamento della prova scritta.

Per gli esami con un numero di CFU maggiore di 3 occorre prenotare separatamente i 3 CFU generali e i CFU di competenze specifiche (chiamati CFU integrativi). L'esame viene annotato solo alla fine del percorso cioè quando lo studente avrà superato le diverse parti, e il voto corrisponderà alla media dei voti riportati nelle diverse prove.

Gli studenti in possesso di certificazione linguistica di livello pari o superiore a quanto previsto dal piano di studi potranno presentare una richiesta di riconoscimento crediti ai fini dell'eventuale esonero parziale o totale.

Maggiori informazioni sul sito del CLA alla pagina:

[http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra\\_pagina?id\\_pagina=8448](http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=8448)

### Avvertenza

Per tutti gli studenti immatricolati prima del 2008-2009 sono assicurate sessioni di esame secondo le modalità previste per ciascuna coorte dal piano di studi al momento dell'immatricolazione. Le commissioni d'esame e i programmi d'esame per gli esami svolti prima del 2008-2009 sono indicati sul sito del CLA e delle Facoltà.

Il Centro Linguistico di Ateneo ha sede a Campobasso in via F. De Sanctis presso il II Edificio Polifunzionale. E-mail: [centrolinguistico@unimol.it](mailto:centrolinguistico@unimol.it)

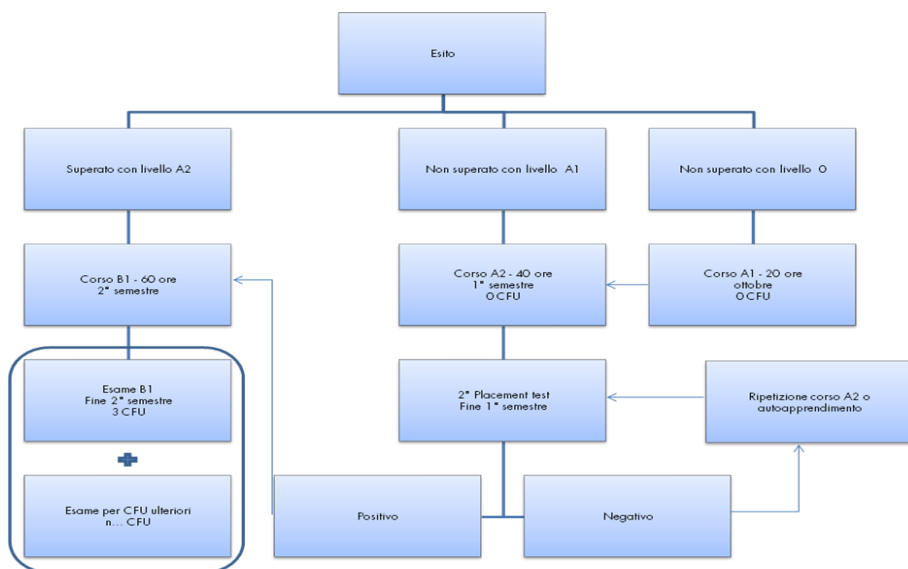
Tel. 0874 404376 oppure 0874 4041

Per ulteriori informazioni consultare la pagina web del sito del CLA:

[http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra\\_pagina?id\\_pagina=8436](http://serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=8436)

## Schema percorso formativo per la lingua inglese

### PLACEMENT TEST ottobre



## IL CADRI - Centro di Ateneo per la Didattica e la Ricerca in Informatica

L'Università degli Studi del Molise, a partire dall'Anno Accademico 2008/2009, offre l'opportunità agli studenti immatricolati ai corsi di laurea (triennali o a ciclo unico) di conseguire l'ECDL (Patente Europea del Computer). A tal fine è stato avviato il "Progetto di centralizzazione delle attività didattiche per l'informatica e della relativa certificazione", gestito dal CADRI - Centro di Ateneo per la Didattica e la Ricerca in Informatica, che prevede l'organizzazione delle attività formative nonché la gestione dei previsti esami.

La conoscenza informatica e l'uso del computer sono diventati requisiti fondamentali per l'accesso al mondo del lavoro e per un'ottimale supporto allo studio.

L'ECDL è un attestato riconosciuto a livello internazionale che certifica l'acquisizione delle conoscenze di base, sia teoriche sia pratiche, necessarie per lavorare con un computer in maniera autonoma.

Il percorso didattico previsto per l'acquisizione dell'ECDL è articolato nei seguenti moduli:

- Concetti teorici di base delle tecnologie ICT
- Uso del computer e gestione dei file
- Elaborazione testi
- Foglio elettronico
- Database
- Strumenti di presentazione
- Reti informatiche.

La certificazione ECDL viene rilasciata dopo il superamento di 7 esami corrispondenti ai 7 moduli in cui è strutturato il programma dell'ECDL. Ciascun esame può essere sostenuto singolarmente oppure si possono sostenere più esami in un'unica sessione. I programmi degli esami sono dettagliati in un documento denominato Syllabus.

Per sostenere l'esame il candidato deve essere in possesso di una speciale tessera, la **Skills Card**, sulla quale verranno registrati, di volta in volta, gli esami superati. La validità della skills card è pari a tre anni (tempo utile per sostenere tutti gli esami). Gli esami possono essere sostenuti presso un centro accreditato dall'AICA (**Test Center**) nel rispetto delle condizioni organizzative ed economiche dallo stesso previste.

È possibile sostenere gli esami su software proprietari (Microsoft Windows e Office) o software Open Source (Linux e OpenOffice).

Il progetto promosso dall'Università degli Studi del Molise stabilisce quanto segue:

- **l'attribuzione di 3 CFU** alla certificazione ECDL, che comporta ai fini della carriera universitaria il conseguimento di un'abilità informatica **senza attribuzione di voto**;
- l'obbligatorietà dell'acquisizione dell'ECDL per tutti gli immatricolati ad esclusione di quelli iscritti al Corso di Laurea in Informatica che avranno comunque la possibilità di aderire al progetto ed acquisire i 3 CFU come crediti a scelta;

- la gratuità della partecipazione degli immatricolati all'iniziativa relativamente alla skill card ed ai sette esami previsti; nel caso in cui lo studente non superi un esame dovrà sostenere i costi relativi alla ripetizione dell'esame;
- lo svolgimento delle attività didattiche presso le sedi dell'Ateneo di Campobasso, Termoli, Isernia e Pesche.

Il percorso formativo previsto per l'acquisizione della patente europea prevede **30 ore di attività** articolate come segue:

- 15 ore di lezioni frontali
- 15 ore di esercitazioni in laboratorio.

Gli studenti hanno, inoltre, a disposizione una piattaforma e-learning attraverso la quale possono accedere ad un corso on-line appositamente realizzato.

I docenti, oltre alle lezioni frontali e al supporto per lo svolgimento delle esercitazioni, garantiranno **30 ore di tutorato on-line** per l'assistenza agli studenti tramite una specifica piattaforma e-learning implementata e gestita dal CADRI.

L'organizzazione delle attività didattiche e delle sessioni di esami viene stabilita sulla base del numero di studenti coinvolti nonché dei vincoli logistici, organizzativi ed amministrativi che caratterizzano le attività.

Le modalità di svolgimento delle attività didattiche nonché la relativa organizzazione temporale viene comunicata agli studenti direttamente una procedura informatica accessibile tramite Internet (<http://cadri.unimol.it/fad/>).

Le prenotazioni o le cancellazioni delle stesse ad un esame possono essere effettuate utilizzando la prevista procedura informatica accessibile tramite Internet.

Ogni prenotazione deve essere effettuata 5 giorni prima della data fissata per l'esame. Il sistema di prenotazione permette di scegliere l'orario, la data e la sede d'esame. Lo studente che non si presenta alla sessione d'esame nell'orario previsto sarà considerato assente ingiustificato. L'assenza ingiustificata alla sessione di esame prenotata comporta la sospensione del diritto a sostenere gli esami nei due mesi successivi dalla data dell'assenza. Per giustificare l'assenza lo studente dovrà produrre idonea documentazione o certificazione da consegnare ai laboratori del Test Center dell'Ateneo.

Durante lo svolgimento degli esami sono presenti i previsti esaminatori nonché il personale preposto alla gestione tecnico-funzionale delle sessioni.

Gli esami vengono effettuati attraverso l'utilizzo del simulatore ATLAS rilasciato dall'AICA.

#### Riferimenti

Sede Centrale: Il Edificio Polifunzionale via F. De Sanctis

86100 Campobasso

Sito web: [www.cadri.unimol.it](http://www.cadri.unimol.it)

Tel: 0874 404950

E mail: [cadri@unimol.it](mailto:cadri@unimol.it)

Per eventuali ulteriori informazioni rivolgersi alle Segreterie di Facoltà

## **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 svantaggiati, 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 ATENEO

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](http://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 del Settore Diritto allo Studio dell'Università degli Studi del Molise. Per informazioni relative a tutti i benefici legati al Diritto allo Studio si invita a contattare il settore Diritto allo Studio presso il III Edificio Polifunzionale dell'Università degli Studi del Molise, tel. 0874 404572 - 0874 404787.



**Ente per il diritto allo Studio Universitario (ESU)**

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](http://www.esu.molise.it)

**e-mail:** [esu@aliseo.it](mailto:esu@aliseo.it)

## INFORMAZIONI GENERALI PER GLI STUDENTI

### ISCRIZIONE FUORI CORSO E DECADENZA DAGLI STUDI

Gli studenti che entro gli anni previsti dal piano di studi del Corso di studi di afferenza non riuscissero a portare a termine tutti gli esami e l'esame finale di laurea, potranno iscriversi come studenti "fuori corso" per un numero di anni accademici non superiore a quello di durata curricolare degli studi (tre anni per i corsi di laurea di primo livello, due anni per i corsi di laurea magistrale, quattro anni per i corsi di laurea di vecchio ordinamento). Trascorsi questi ulteriori anni, se non riuscissero a laurearsi entro il mese di luglio dell'anno successivo, saranno dichiarati "decaduti" dagli studi universitari, ai sensi delle delibere del Senato Accademico del 14 maggio 2009 e del 12 novembre 2009. In tal caso essi potranno immatricolarsi ex novo ad un corso di studi attivato (compreso quello di provenienza, ad esclusione dei corsi di studio del vecchio ordinamento) in qualità di studenti in corso (con il riconoscimento dei crediti acquisiti).

### SERVIZIO CIVILE

Gli studenti che abbiano svolto il servizio civile possono presentare istanza alla Segreteria Studenti adeguatamente documentata per ottenere il riconoscimento a valere sulle attività a scelta libera fino ad un massimo di 9 cfu (giusta delibera del Senato Accademico dell'11 febbraio 2010). Se durante tale periodo hanno svolto attività formative specificamente inerenti ai contenuti del corso di laurea, possono altresì richiedere un ulteriore riconoscimento a valere sulle attività a scelta libera o curricolari fino ad un massimo di ulteriori 9 cfu, a discrezione della struttura didattica competente (Consiglio di Corso di Studi).

### ISCRIZIONE IN REGIME DI STUDIO PART-TIME

In virtù dell'art. 34 del Regolamento Didattico di Ateneo, gli studenti dei corsi di laurea, laurea specialistica, laurea magistrale (ex. DM 509/99 e 270/04) per i quali continui ad essere erogata attività didattica, possono iscriversi in regime di studio a tempo parziale, se in possesso dei requisiti indicati nel relativo Regolamento, reperibile sul sito dell'ateneo alla pagina: [http://serviziweb.unimol.it/unimol/allegati/pagine/6921/Regolamento\\_studenti\\_a\\_tempo\\_parziale.pdf](http://serviziweb.unimol.it/unimol/allegati/pagine/6921/Regolamento_studenti_a_tempo_parziale.pdf)

### 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 gli uffici dell'I.A.C.P. in Via Montegrappa, 23 a Campobasso - sito internet: [www.iacpcampobasso.it](http://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, ed è in fase di realizzazione e di completamento la casa dello studente in via Gazzani nei pressi della Biblioteca d'Ateneo nel Campus Universitario di Vazzieri a Campobasso.

## 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
"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
"PETIT CAFE"	Via XXIV Maggio, 6 Isernia	0865. 414549	domenica

#### Pizzeria:

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"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

#### Pizzeria:

RISTORANTE	SEDE	TELEFONO	CHIUSURA
"IL BUONGUSTAIO"	V. le Trieste, 44/46 Termoli	0875. 701726	domenica

## **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 almalaura, 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, e dal lunedì al giovedì pomeriggio dalle 15.00 alle 18.15.

- 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 10 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.

#### **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 al 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.

Inoltre con la sottoscrizione della CUS CARD è possibile avere numerosi vantaggi strettamente connessi allo sport ed al tempo libero.

All'interno delle sedi universitarie sono presenti campi di calcetto e tennis.

### PALAUNIMOL

La nuova struttura edilizia, fortemente voluta dal Rettore Cannata, mira a promuovere la pratica dell'attività sportiva per tutti gli studenti universitari e consegna agli iscritti dei corsi di laurea della Facoltà di Scienze del Benessere un laboratorio didattico e scientifico funzionale alla loro più completa formazione universitaria.

Il PalaUnimol, oltre ad essere destinato al miglioramento del sistema dei servizi per gli studenti, contribuisce a riqualificare l'area urbana, e potrà essere la sede ideale per l'organizzazione di eventi sportivi a carattere nazionale.

Strutture gestite dal C.U.S. Molise:

#### **Campobasso:**

- \* PalaUnimol
- \* Campi Polivalenti I Edificio Polifunzionale

#### **Isernia:**

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

#### **Termoli:**

- \* Convenzioni con strutture sportive

#### **Attività agonistica**

- \* Volley Campionato Femminile di serie C
- \* Atletica leggera
- \* Calcio campionati esordienti e allievi

## Settori giovanili

- \* Scuola Calcio
- \* Mini Basket
- \* Mini Volley
- \* Danza Classica, Moderna e hip - hop
- \* Karate e Ginnastica Motoria
- \* Ginnastica Ritmica
- \* Tennis
- \* Rugby

## Corsi palestra di Ateneo

- \* Cardio-fitness
- \* Aereolatino G.A.G.
- \* Yoga
- \* Ginnastica posturale
- \* Spinning
- \* Ginnastica a corpo libero
- \* Fit - boxe
- \* Cardio Kombat
- \* Step Dance
- \* Macumba
- \* Jeet kune do – Kali
- \* Pilates
- \* Balli Caraibici
- \* Balli latino – americani
- \* Balli di gruppo

## 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.
- \* Campus estivi per bambini

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](mailto:cusmolise@unimol.it) – [segreteria@cusmolise.it](mailto:segreteria@cusmolise.it) sito internet: [www.cusmolise.it](http://www.cusmolise.it)  
tel/fax 0874 412225 - fax 0874 412225 - tel. 0874 404980



## CORO DELL'UNIVERSITÀ

Il Coro dell'Università degli Studi del Molise nasce nel 2002 grazie alla fattiva ed entusiastica iniziativa del Professore Giuseppe Maiorano su invito del Rettore Giovanni Cannata. Da circa tre 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](mailto: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](mailto: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](http://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](http://www.Aisamolise.altervista.org) - e-mail: [aisaisernia@email.it](mailto: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

#### UNIDEA

L'associazione studentesca "Unidea" nasce dal e nel mondo universitario nel tentativo di mettere in rete e in comunicazione gli studenti universitari molisani dentro e fuori sede, e stimolare le loro menti a vivere e costruire la proprio terra. L'associazione fonda le sue radici nella sede universitaria di Termoli. L'associazione si prefigge come scopo quello di promuovere un momento di aggregazione di tutta la componente studentesca volendo fornire precise risposte alle esigenze degli studenti per promuovere la condivisione di idee ed esperienze, per instaurare un rapporto di dialogo e cooperazione con i docenti, per concretizzare un forte rapporto tra Università ed Aziende e per sostenere l'intelletto tramite iniziative mirate.

"Il nostro sogno é un mondo in cui tutti i giovani abbiano l'opportunità di essere protagonisti ed esprimere la loro creatività per l'arricchimento culturale e sociale della collettività".

Noi tutti crediamo che sia questo il momento giusto per giovare, in maniera intelligente, della voglia propositiva diffusa tra gli studenti, prospettando un'iniziativa comune di integrazione attraverso attività di diversa natura: culturali, editoriali, ricreative e dunque relazionali. Sede Termoli in via Duca degli Abruzzi  
Sito internet: [www.unidea.tk](http://www.unidea.tk) - [www.associazioneunidea.it](http://www.associazioneunidea.it)

E-mail: [unidea2008@alice.it](mailto:unidea2008@alice.it) - tel. 3482783644

#### 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.

#### SISM SEGRETARIATO ITALIANO STUDENTI MEDICINA

Il SISM è una associazione no-profit creata da e per gli studenti di medicina. Ci occupiamo di tutte le grosse tematiche sociali di interesse medico. Siamo presenti in 35 Facoltà di Medicina sparse su tutto il territorio. Aderiamo come membro effettivo all'IFMSA (International Federation of Medical Students' Associations), forum di studenti di medicina provenienti da tutto il mondo riconosciuto come Associazione Non Governativa presso le Nazioni Unite. Sede: c.da Tappino c/o Unimol Facoltà di Medicina, Campobasso [www.campobasso.sism.org/](http://www.campobasso.sism.org/), Tel. 3299785813

#### AUSF ASSOCIAZIONE UNIVERSITARIA STUDENTI FORESTALI

L'AUSF (Associazione Universitaria Studenti Forestali) Molise è un'organizzazione apolitical e senza scopo di lucro, fondata nel 2007 da un gruppo di student di Scienze Forestali dell'Università del Molise. L'AUSF Molise si propone di:

- ricercare e diffondere informazioni relative al territorio, in particolare del Molise e delle regioni limitrofe;
- essere luogo di incontro, socializzazione e dialogo tra gli studenti;
- essere punto di riferimento per gli studenti e per i laureati;
- realizzare occasione di educazione, informazione, confronto e diffondere ad ogni livello una corretta cultura ambientale;
- ampliare le possibilità offerte dall'Università di acquisire conoscenze e soprattutto esperienze promuovendo la realizzazione di escursioni, corsi, seminari. Laboratori e la costituzione di relazioni con docenti, istituti, organi universitari, enti pubblici.

L'Associazione è membra dell'AUSF Italia, confederazione delle associazioni universitarie studentesche forestali presenti sul territorio nazionale, e collabora con l'IFSA (International Forestry Student Association). Pur mantenendo un indirizzo legato al corso di studi, l'iscrizione è aperta a tutti.

Email: [ausfmolise@gmail.com](mailto:ausfmolise@gmail.com) Tel: Lorenzo Sallustio 3202605920

AUSF Molise via De Sanctis, Facoltà di Agraria (terzo edificio polifunzionale) 86100 Campobasso

## FACOLTA' 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](http://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 sono stati attivati i primi anni dei nuovi corsi di laurea e di laurea magistrale, mentre sarà garantita la pro-secuazione 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, secondo le modalità stabilite dagli organi accademici competenti.

I corsi di studio di nuova formulazione sono i seguenti:

### **Corsi di Laurea** (tre anni):

- Scienze della comunicazione (classe L 20) con sede a Campobasso
- Lettere e beni culturali (classi L 1 e L 10) con sede a 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 sede a Campobasso (corso interclasse interfacoltà con la Facoltà di Economia).

I corsi di studio di precedente formulazione (per i quali nell'anno accademico 2010/2011 sono attivati gli anni successivi al primo) sono:

### **Corsi di Laurea** (tre anni):

- Scienze della comunicazione (classe 14) con sede a Campobasso.
- Scienze dei beni culturali e ambientali (classe 13) con sede a Isernia.
- Beni culturali (classe L 1) con sede a Isernia.
- Lettere (classe 5) con sede a Isernia.

### **Corsi di Laurea Magistrale** (due anni):

- Archeologia, beni culturali e turismo (classi LM 2 e LM 49), con due indirizzi, con sedi a Isernia e Termoli (corso interclasse interfacoltà con la Facoltà di Economia).

Corsi di studio di vecchio ordinamento per i quali nell'anno accademico 2010/2011 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: 86 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**

<b>Denominazione</b>		<b>Posti</b>
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)	30

**Sede di Campobasso: 1° Edificio Polifunzionale**

<b>Denominazione</b>		<b>Posti</b>
Aula Kelsen – “180 posti”	(piano terra)	180

**Sede di Isernia: via Mazzini 8**

<b>Denominazione</b>		<b>Posti</b>
Aula degli Hirpini	(piano terra)	16
Aula dei Caudini	(piano terra)	36
Aula dei Pentri”	(piano terra)	13
Aula dei Carnicini – “Aula Informatica”	(piano terra)	10
Aula Samnium	(piano terra)	48
Aula Bovianum	(primo piano)	98
Aula Larinum	(primo piano)	64
Aula Magna Andrea d’Isernia	(primo piano)	194

**Sono Organi della Facoltà:**

il Preside (Prof. Paolo Mauriello: mauriello@animol.it)

il Consiglio così composto:

Alaggio Rosanna

Antinori Aloisio

Barausse Alberto

Bellini Pier Paolo  
Bocchini Francesco  
Bruni Filippo  
Canova Lorenzo  
Carrara Eliana  
Ciliberto Fulvia Maria  
Cobetto Ghiggia Pietro  
Costa Gabriele  
Costa Vincenzo  
Cuozzo Mariassunta  
Del Gatto Stefania  
Di Palo Giuseppe (rappr. Studenti)  
D'Ippolito Fabrizio (rappr. Studenti)  
Di Nuoscio Vincenzo  
Di Virgilio Francesca  
Ebanista Carlo  
Ferrucci Fabio (Vice-Presidente)  
Fiorentino Giuliana  
Gervasoni Marco Angelo  
Giaccio Vincenzo  
Gili Guido  
Giovanardi Stefano  
Lanza Maria Rita (rappr. personale tecnico-amm.)  
Lazzarini Isabella  
Luseroni Giovanni  
Maddalena Giovanni  
Maggioni Giovanni  
Marconi Gilberto  
Mauriello Paolo (Presidente)  
Meloni Guido  
Minelli Antonella  
Monceri Flavia  
Monciatti Alessio  
Monda Salvatore  
Niro Antonietta (rappr. Studenti)  
Novi Chavarria Elisa  
Palleri De Martinis Agnese (rappr. personale tecnico-amm.)  
Patrizi Giorgio  
Pinna Giovanna  
Pirovano Donato  
Ricci Cecilia  
Roskopf Carmen Maria  
Salvatici Luca  
Sani Serena  
Scillitani Lorenzo  
Soricelli GianlucaSpera Vincenzo  
Valente Michaela

**Segreteria di Presidenza di Facoltà:**

Sede di Campobasso  
Carla Cenci: cenci@unimol.it  
Tel: 0874 404834  
Fax: 0874 94442

**Segreterie didattiche:**

Sede di Campobasso  
Maria Rita Lanza: mrlanza@unimol.it  
Tel: 0874 404362  
Fax: 0874 94442

Agnese Palleri De Martinis: palleri@unimol.it  
Tel: 0874 404393

Sede di Isernia  
Iolanda Palazzo: palazzo@unimol.it  
Tel: 0865 478908  
Fax: 0865 421283

### **Curriculum scientifico dei docenti**

I curricula scientifici dei docenti sono consultabili nell'aula virtuale di Ateneo <http://serviziweb.unimol.it/unimol/docenti/> consultabile dal sito [www.unimol.it](http://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](http://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 del "Portale dello Studente", filo telematico diretto con il docente, accessibile utilizzando l'apposito link presente sul sito [www.unimol.it](http://www.unimol.it). Nel Portale dello Studente 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 pubblicati 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 2010 e terminerà il 30 settembre 2011. L'attività didattica si articolerà in due periodi detti semestri che vanno rispettivamente dal 1° ottobre 2010 al 22 gennaio 2011 e dal 1° marzo 2011 al 4 giugno 2011 con lezioni tenute dal lunedì al venerdì.

Gli esami potranno essere sostenuti negli appelli fissati nei seguenti periodi: 1 febbraio 2011 - 28 febbraio 2011 ; 6 giugno 2011 – 22 luglio 2011; settembre 2011 e gennaio 2012.

### **Test di ingresso**

Per il prossimo anno accademico 2010/2011, 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. 2010/2011, sarà automaticamente iscritto anche ai test di verifica iniziale che si terranno presso le sedi della Facoltà. Per i corsi di laurea magistrale le modalità di effettuazione dei test di



ingresso sono differenziati ed indicati nelle rispettive Guide nella sezione relativa al corso di studi.

### **Orientamento e tutorato**

(Delegato di Facoltà: Prof. Vincenzo Spera: vincenzo.spera@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: Prof. 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 supervisor del tirocinio in servizio presso la Facoltà.

# **CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'**

## **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](http://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 formative 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	GLOTTOLOGIA 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 tutela 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 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.

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 laboratorio 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 (descrittori 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 specificamente 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 medial (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 convergano 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 secondarie, 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 medial.
- 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 medial.
- 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 équipe 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:
  1. alla veridicità, riconoscibilità, credibilità, accessibilità e chiarezza dei contenuti e dei messaggi (secondo lo specifico ambito comunicativo);
  2. alla tutela del diritto all'informazione completa e trasparente di cittadini, utenti, clienti, consumatori;
  3. al rispetto del diritto alla riservatezza e alla privacy;
  4. 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 struttura didattica 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 test 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 test 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](mailto:meloni@unimol.it)

Docenti di riferimento

**Prof. Guido Gili**

**Prof. Guido Meloni**

**Prof. Luca Salvatici**

Coordinatore Orientamento e tutorato

**Prof. Vincenzo Costa**

Tel. 0874/4041 - E-mail: [vincenzo.costa@unimol.it](mailto:vincenzo.costa@unimol.it)

**Prof.ssa Francesca Di Virgilio**

Tel. 0874/4041 - E-mail: [fradivi@unimol.it](mailto:fradivi@unimol.it)

**Prof.ssa Stefania Del Gatto**

Tel. 0874/4041 - E-mail: [delgatto@unimol.it](mailto:delgatto@unimol.it)

Coordinatore Attività internazionali

**Prof. Luca Salvatici**

Tel. 0874/4041 E-mail: [luca.salvatici@unimol.it](mailto:luca.salvatici@unimol.it)

Segreteria didattica

**Maria Rita Lanza**

Tel. 0874/404.362 – E-mail: [mrlanza@unimol.it](mailto:mrlanza@unimol.it)

**Maria Agnese Palleri**

Tel. 0874/404.393– E-mail: [palleri@unimol.it](mailto: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

## 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).

### I anno

<b>DISCIPLINA</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>	<b>AMBITO</b>
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	6	AI
Comunicazione visiva	SPS/08	6	C
Promozione d'immagine e pubblicità	SPS/08	6	C
		<b>60</b>	

**Il anno**

<b>DISCIPLINA</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>	<b>AMBITO</b>
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 (1 a scelta su 2)	SPS/08	6	C
Strategie della comunicazione pubblica (1 a scelta su 2)	SPS/08	6	C
Laboratorio di organizzazione dell'Ufficio Stampa		3	AA
Laboratorio di organizzazione dell'URP		3	AA
Laboratorio di strategia and media planning		3	AA
Laboratorio di copywriting e direzione artistica		3	AA
Laboratorio di web management		3	AA
Laboratorio di scrittura per il web		3	AA
Laboratorio di giornalismo politico		3	AA
Laboratorio di informazione televisiva e servizi al cittadino		3	AA
Esami a scelta dello studente		8	SS
Tirocinio		6	AA
Prova finale		16	PF
		<b>60</b>	

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.

Inoltre, gli studenti devono scegliere, per un totale di 8 cfu, tra tutti i corsi e le attività formative delle Lauree Magistrali dell'Ateneo. Si segnala, in particolare, il Corso libero della nostra Laurea Magistrale, "Diritti dell'uomo e comunicazione" (6 cfu) del Prof. L. Scillitani.

**Tirocinio**

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 per un totale di 120 ore.

### **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.

## Offerta Didattica 2010/2011

### Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità

#### 1° anno, coorte 2010/2011

DISCIPLINA	SSD	CFU	ORE
DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE Diritto dell'informazione e della comunicazione (Guido Meloni)	IUS/09	9	54
ERMENEUTICA DELLA COMUNICAZIONE Ermeneutica della comunicazione (Vincenzo Costa)	M-FIL/01	9	54
POLITICA ECONOMICA DELL'INFORMAZIONE Politica economica dell'informazione (Luca Salvatici)	SECS-P/02	6	36
PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI Psicologia del lavoro e delle organizzazioni (Valeria Piras)	M-PSI/06	9	54
STRATEGIE DI COMUNICAZIONE D'IMPRESA Strategie di comunicazione d'impresa (Maddalena Della Volpe)	SECS-P/08	9	54
TEORIA DELLA COMUNICAZIONE Teoria della comunicazione (Guido GILI)	SPS/08	6	36
UN INSEGNAMENTO A SCELTA Comunicazione visiva	SPS/08	6	36
Promozione d'immagine e pubblicità	SPS/08	6	36
UN INSEGNAMENTO A SCELTA TRA Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione (Flavia MONCERI)	SPS/01	6	36
Organizzazione di eventi culturali e artistici (Lorenzo CANOVA)	L-ART/03	6	36
<b>Totale CFU 1° anno di corso</b>		<b>60</b>	

## Offerta Didattica 2010/2011

### Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità

#### 2° anno, coorte 2009/2010

DISCIPLINA	SSD	CFU	ORE
Comportamento organizzativo	SECS-P/10	9	54
Diritto amministrativo e dell'informazione nella pubblica amministrazione	IUS/10	9	54
Etica e deontologia delle professioni comunicative (1 a scelta su 2)	SPS/08	6	36
Strategie della comunicazione pubblica (1 a scelta su 2)	SPS/08	6	36
Laboratorio di organizzazione dell'Ufficio Stampa Laboratorio di organizzazione dell'URP Laboratorio di strategic and media planning Laboratorio di copywriting e direzione artistica Laboratorio di web management Laboratorio di scrittura per il web Laboratorio di giornalismo politico Laboratorio di informazione televisiva e servizi al cittadino		3+3	24 + 24
Esami a scelta dello studente		8	
Tirocinio		6	120
Prova finale		16	
<b>Totale CFU 2° anno di corso</b>		<b>60</b>	

## Programmi insegnamenti – I Anno

A.A. 2010/2011	
Docente	Guido Meloni
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Diritto dell'informazione e della comunicazione</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
<p>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.</p>	
<b>Programma</b>	

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.

### **Bibliografia**

N. RANGONE, *I servizi pubblici*, il Mulino, Bologna, 1999, pagg. 9-29; 73-107; 131-138; 153-162; 167-171; 193-208.

F. DONATI, *L'ordinamento amministrativo delle comunicazioni*, Giappichelli, Torino, 2007, capitoli I, II, III, IV, VI, VIII.

A. CHIMENTI, *L'ordinamento radiotelevisivo italiano*, Giappichelli, Torino, 2007, capitoli II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX.

Ulteriori materiali di studio verranno indicati dal docente durante il corso

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni, Esercitazioni, Seminari.
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta
<b>Lingua</b>	Italiana



A.A. 2010/2011	
Docente	Vincenzo Costa
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Ermeneutica della comunicazione</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
Introdurre lo studente ai problemi della struttura della relazione e alle ricerche più attuali sul problema	
<b>Programma</b>	
1. Soggetto e segno 2. L'apparire dell'alter ego 3) La struttura dell'interazione 4) neuroni specchio e interazione 5) la nozione di cultura 6) Imitazione e interazione 7) comunicazione e atti linguistici	
<b>Bibliografia</b>	
1) V. Costa, <i>Fenomenologia dell'intersoggettività. Empatia, socialità e cultura</i> , Carocci, Roma 2010 2) H. Blumer, <i>Interazionismo simbolico</i> , Il Mulino, Bologna 2008 3) V. Costa, <i>Esperire e parlare</i> , Jaca Book, Milano 2006. 4) G.H. Mead, <i>Mente sé e società</i> , ed. Universitaria G. Barbera, Firenze 1966	
<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali
<b>Tipo Esame</b>	Orale
<b>Lingua</b>	Italiano (Italiana, Inglese, francese, Spagnolo, Tedesco, ecc.)

A.A. 2010/2011	
Docente	Luca Salvatici
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Politica economica dell'informazione</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il corso si concentra su alcuni principi economici che consentono di capire il funzionamento dei mercati dell'informazione. Durante il corso saranno affrontate le problematiche riguardanti l'attuazione di una corretta politica della concorrenza nella delicatissima industria dei mezzi di comunicazione. L'attenzione è focalizzata in particolare sugli aspetti più rilevanti che riguardano l'attività di produzione e distribuzione delle imprese mediali, la struttura dei mercati e le strategie che hanno caratterizzato negli anni recenti l'attività degli operatori di successo.</p>	
<b>Programma</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. L'informazione come bene economico</li> <li>2. Economia dell'informazione e della pubblicità</li> <li>3. L'offerta e il consumo di comunicazione</li> <li>4. Il prezzo dell'informazione</li> <li>5. Gli effetti di rete</li> <li>6. La "differenziazione del prodotto" quale caratteristica principale delle dinamiche competitive</li> <li>7. Diritti di proprietà intellettuale</li> <li>8. Economie di scala e networks</li> <li>9. Guerre commerciali e standards</li> <li>10. Economia della pubblicità</li> <li>11. La televisione -</li> <li>12. I mezzi di comunicazione a stampa</li> <li>13. I nuovi media</li> <li>14. Economia dei media e politiche pubbliche</li> <li>15. Il mercato dei media in Itali</li> </ol>	
<b>Bibliografia</b>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C. SHAPIRO e H. R. VARIAN, Information rules. Le regole dell'economia dell'informazione, Etas, 1999</li> <li>• D. GILLIAN, Introduzione all'economia dei media, Hoepli, 2008</li> </ul>
<b>Tipo Corso</b>	
<b>Tipo Esame</b>	
<b>Lingua</b>	(Italiana, Inglese, francese, Spagnolo, Tedesco, ecc.)

A.A. 2010/2011	
Docente	Guido Gili
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Teoria della comunicazione</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il Corso intende sviluppare una riflessione sistematica intorno ad alcuni concetti e temi cruciali in modo tale da offrire agli studenti una conoscenza sistematica e critica dei problemi della teoria della comunicazione.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il corso affronterà alcuni concetti e temi cruciali per comprendere il processo comunicativo, con riferimento agli studi e alle prospettive più avanzate:  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. I rischi della credibilità.  La comunicazione interculturale: problemi, modelli teorici, ricerche empiriche.</p>	
<b>Bibliografia</b>	
<p>1) Gili G., <i>Il ricevente: un punto di vista privilegiato per comprendere la relazione comunicativa</i>, in De Blasio E., Gili G., Hibberd M., Sorice M., <i>La ricerca sull'audience</i>, Hoepli, Milano, 2007, pp. 1-44.</p> <p>2) Gili G., <i>Capirsi e non capirsi. Il rumore nella comunicazione interpersonale e sociale</i>, in Gruppo SPE (a cura di), <i>La sociologia per la persona. Approfondimenti tematici e prospettive</i>, Franco Angeli, Milano, 2007, pp. 144-193.</p> <p>3) Gili G., <i>La credibilità. Quando e perché la comunicazione ha successo</i>; Rubbettino, Soveria Mannelli, 2005.</p>	

4) Gili G., *Modelli di interazione interculturale*, in Monceri F., Gili G. (a cura di), *Comprendersi o no. Significati e pratiche della comunicazione interculturale* (a cura di, con F. Monceri), Aracne, Roma, 2009, pp. 15-36.

<b>Tipo Corso</b>	Didattica formale/lezioni frontali
<b>Tipo Esame</b>	Esame scritto
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Stefania Del Gatto
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Strategie di Comunicazione d'Impresa</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
<p>Gestire le attività di comunicazione con un approccio manageriale diviene fondamentale per la sopravvivenza dell'impresa in contesti ipercompetitivi. Il corso si propone di fornire una visione ampia ed organica del complesso sistema della comunicazione d'impresa e di chiarire il ruolo delle strategie di comunicazione per il miglioramento dei processi di sviluppo aziendale. Viene affrontato il tema del governo della comunicazione d'impresa sotto il profilo teorico, degli strumenti manageriali e delle tecniche operative.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il corso di <b>Strategie di Comunicazione d'Impresa</b> è articolato in tre moduli didattici, per un totale di 9 cfu, corrispondenti a 54 ore di didattica.</p> <p>Nel primo modulo (3 CFU) dopo aver delineato il ruolo della comunicazione nella creazione e diffusione di valore, si studiano i fabbisogni comunicativi espressi nelle diverse aree della comunicazione: istituzionale, economico-finanziaria, di marketing e organizzativo-gestionale. In particolare verranno approfonditi obiettivi, contenuti e strumenti della comunicazione di marketing e di quella organizzativo-gestionale.</p> <p>Nel secondo modulo (3 CFU) viene analizzato il complesso di strumenti, mezzi e veicoli della comunicazione d'impresa (il communication mix): Advertising, Promozione, Direct Marketing, Packaging e Punto Vendita.</p> <p>Il terzo modulo (3 CFU) approfondisce i processi manageriali e</p>	

gli assetti organizzativi preposti al governo delle attività di comunicazione. Vengono studiate le attività di ricerca, pianificazione, organizzazione e controllo delle attività di comunicazione e la struttura del Piano di Comunicazione.

Gli studenti sono coinvolti in un project work finalizzato alla ricostruzione dei processi di gestione delle attività di comunicazione di imprese pubbliche e/o private; il lavoro consente di sperimentare i concetti appresi nei moduli precedenti.

Durante le lezioni, gli studenti sono coinvolti in attività di apprendimento individuali e di gruppo. In particolare è previsto l'utilizzo di esercizi e casi aziendali per favorire lo sviluppo di una visione critica dei temi trattati durante il corso.

Il programma didattico sarà integrato dalla presentazione di case history e testimonianze aziendali.

#### **Bibliografia**

- Pastore A., Vernuccio M., *Impresa e Comunicazione. Principi e strumenti per il management*, II ed., Apogeo, Milano, 2008 (ad esclusione dei capitoli 3, 4, 14, 18, 19).
- Materiale didattico a cura del docente (per gli studenti frequentanti)

Durante il corso, il docente fornirà indicazioni sulla bibliografia integrativa con riferimento ad alcuni argomenti di approfondimento trattati.

Letture consigliate:

- Peter, Donnelly, Pratesi, *Marketing*, McGraw-Hill, Milano, 2009
- Baudi di Vesme P., Brigida F., *L'evoluzione dei media e della pubblicità in Italia*, Franco Angeli, Milano, 2009

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni, Esercitazioni, Seminari
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Valeria Piras
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Psicologia del lavoro e delle organizzazioni</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• Acquisire la conoscenza dei campi d'indagine e la comprensione delle principali tecniche psicologiche d'intervento nelle organizzazioni.</li> </ul>	
<b>Programma</b>	
<u>Parte Istituzionale</u> 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.	
<u>Parte seminariale</u> Il Processo di formazione: le figure professionali coinvolte nel processo di formazione Il Processo di Selezione: dalla progettazione alla scelta delle persone	
<b>Bibliografia</b>	



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 la persone*

**Avvertenze**

Il corso prevede una parte istituzionale durante la quale saranno approfonditi i temi base della materia ed una parte seminariale durante la quale saranno applicati alcuni degli strumenti classici della psicologia del lavoro. Solo agli studenti frequentanti, durante la parte seminariale, sarà proposta l'elaborazione di un project work che sarà valutato in sede di esame.

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni, Esercitazioni, Seminari;
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta e orale
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Lorenzo Canova
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Organizzazione di Eventi Culturali e Artistici</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>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.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il corso prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lezioni dedicate al sistema dell'arte contemporanea.</li> <li>- 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 d'arte contemporanea e nella sua realizzazione finale negli spazi di ARATRO – Laboratorio per l'Arte Contemporanea dell'Università del Molise.</li> </ul>	

**Bibliografia**

Dispense e materiale fornito dal docente.

Francesco Poli, *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica, mercato, musei*, Edizioni Laterza, Bari, 1999 (si possono utilizzare anche le edizioni successive).

In aggiunta al programma, per i non frequentanti: 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.

<b>Tipo Corso</b>	Didattica formale/lezioni frontali
<b>Tipo Esame</b>	Prova Orale
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Flavia Monceri
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Filosofia delle scienze sociali e della comunicazione</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>L'obiettivo del corso è analizzare alcuni concetti centrali per le scienze sociali contemporanee: realtà, individuo, ordine, diversità, identità, interculturalità. Nella prima parte del corso verranno introdotti gli autori, le correnti e i paradigmi di pensiero più rilevanti per la riflessione su tali concetti e sulle loro interrelazioni. Nella seconda parte a tale analisi sarà affiancata, nella prospettiva della filosofia del film, quella di alcuni prodotti cinematografici, intesi come testi/contesti capaci di veicolare 'visioni del mondo' e di rappresentare, nonché creare, modelli della realtà politica, sociale e culturale.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il corso si articolerà secondo le linee seguenti:</p> <p>a) Introduzione ai concetti e ai paradigmi delle scienze sociali contemporanee:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La riflessione sui compiti e sui limiti della scienza fra Ottocento e Novecento.</li> <li>2. Costruttivismo sociale e costruttivismo radicale</li> <li>3. Teorie della complessità e dei sistemi</li> <li>4. Multiculturalismo e interculturalità</li> </ol> <p>b) Introduzione all'analisi filosofica del film.</p> <p>c) Analisi di film scelti, <b>di cui è richiesta almeno una visione preliminare:</b>  <i>The Truman Show</i> (Peter Weir, 1998);  <i>L'ultimo samurai</i> (<i>The Last Samurai</i>, Edward Zwick, 2003);  <i>Forrest Gump</i> (Robert Zemeckis, 1994);  <i>Philadelphia</i> (Jonathan Demme, 1993);  <i>Il colore viola</i> (<i>The Color Purple</i>, Steven Spielberg, 1985);</p>	

*Edmond* (Stuart Gordon, 2005)  
*Memento* (Christopher Nolan, 2000)  
*Transamerica* (Duncan Tucker, 2005).

### **Bibliografia**

**F. Monceri**, *Ordini costruiti. Multiculturalismo, complessità, istituzioni*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2008.

**P. Bertetto (a cura di)**, *Cinema e filosofia*, numero monografico di «Imago. Studi di cinema e media», n. 2/2010, di prossima pubblicazione.

**Un testo classico** scelto fra quelli indicati dal docente all'inizio del corso.

### **Avvertenze**

Data la natura interdisciplinare del corso e il suo carattere interattivo, la frequenza alle lezioni è caldamente consigliata. Gli eventuali studenti non frequentanti sono pregati di concordare un incontro preliminare con il docente, al fine di stabilire la bibliografia utile alla loro migliore preparazione. Il corso potrà essere affiancato da un seminario di approfondimento dei temi trattati durante le lezioni attraverso l'analisi di ulteriori film selezionati.

<b>Tipo Corso</b>	Didattica formale/lezioni frontali
-------------------	------------------------------------

<b>Tipo Esame</b>	Prova orale
-------------------	-------------

<b>Lingua</b>	Italiano
---------------	----------

A.A. 2010/2011	
Docente	Tozzi Guelfo
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione Pubblica d'Impresa e Pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Comunicazione visiva</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>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.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esperienze storiche del design e della comunicazione visiva</li> <li>• Analisi delle immagini e loro significazione</li> <li>• Analisi semiotica della marca in quanto fenomeno comunicativo globale: La Brand Image</li> <li>• Analisi dei segni grafici e comunicativi degli enti pubblici, profit e non-profit</li> <li>• Costruzione degli elementi per una identità visiva</li> </ul> <p>Analisi di case history</p>	
<b>Bibliografia</b>	
<p>G.Tozzi (a cura di) <i>Oggetti e processi del design</i>,(a cura di) Plectica, Salerno 2006  C. Branzaglia, <i>Comunicare con le immagini</i>, Bruno Mondadori, Milano 2003  C. Fulvio, <i>Il consumo delle immagini. Estetica e beni simbolici nella fiction economy</i>. Bruno Mondadori, Milano 2006</p>	

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni, Esercitazioni, Seminari;
<b>Tipo Esame</b>	Prova Orale
<b>Lingua</b>	(Italiana)

A.A. 2010/2011	
Docente	Gioacchino De Chirico
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Promozione di immagine e pubblicità</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>Sulla base delle conoscenze acquisite nel triennio si cercherà di ottenere un approccio più critico e articolato alle strategie di comunicazione e di costruzione dell'immagine fondando le conoscenze sulle nuove acquisizioni di ordine culturale e sociologico.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Dal Marketing al Societing: le nuove prospettive del rapporto tra cittadini e aziende</p> <p>Il corso propone un percorso storico dello sviluppo delle strategie di comunicazione integrata delle aziende, pubbliche e private, con particolare attenzione al rapporto con i consumatori e presenta le nuove strategie di intervento e le nuove ipotesi teoriche che muovono dalla consapevolezza costruita dalla CSR, responsabilità sociale dell'impresa, e dall'avanzare dei fenomeni di consumo critico e consapevole.</p>	
<b>Bibliografia</b>	
<p>Giampaolo Fabris, Societing, Egea, Milano 2008, pp 520, euro 25,00</p> <p>Marcello Morelli, L'immagine dell'impresa, Franco Angeli, Milano 2002, pp 336, euro 25,00 Capitoli 1, 2, 6, 11, 12, 14</p>	
<b>Tipo Corso</b>	caratterizzante
<b>Tipo Esame</b>	orale
<b>Lingua</b>	(Italiana, Inglese, francese, Spagnolo, Tedesco, ecc.)



## Programmi insegnamenti – Il Anno

A.A. 2010/2011	
Docente	Francesca Di Virgilio
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Comportamento organizzativo</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
<p>Obiettivo principale del corso é 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 degli attori organizzativi sia nella dimensione individuale che nella dimensione collettiva. La prospettiva dei temi oggetto di osservazione è duplice: <i>mainstream e critical mangement studies</i>.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il corso di Comportamento organizzativo e processi di gruppo, si articola in 54 ore di didattica, per un totale di 9 crediti, è strutturato sulla base di due moduli didattici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nel primo modulo (3 cfu) sono affrontati i temi di base per l'analisi dell'evoluzione delle teorie mainstream nella dimensione individuale. Lo studio si concentra sulla definizione teorica del concetto di <i>critical mangement studies</i> e sull'individuazione delle diverse tipologie individuabili nelle realtà organizzative. Nel modulo inoltre si analizzeranno come i percorsi effettivi di evoluzione delle due prospettive si affiancano a precise motivazioni e approcci teorici.</li> </ul>	

- Nel secondo modulo (3 cfu) l'attenzione è focalizzata sugli aspetti operativi: obiettivi, processi e metodi, dell'individuo e 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.
- Nel terzo modulo (3 cfu) sono presentati i principali strumenti di progettazione e controllo e dei meccanismi che possono influenzare l'efficacia del lavoro di gruppo. Si approfondiranno in una logica tecnico-operativa i processi di crescita e sviluppo del gruppo, il grado di efficacia misurabile in termini di performance di gruppo sia in termini di modalità e grado di cambiamento negli atteggiamenti e nei comportamenti dei team member.

#### **Bibliografia**

Knights D. e Willmott H., *Introducing Organizational behaviour and Management*, Thomson Learning, 2007, (**trad. it., 2009, a cura di Mercurio R. e Mangia G., Comportamento organizzativo, organizzazione aziendale e management, ISEDI, Torino**).

#### **Lecture consigliate:**

Henry L. Tosi [et al.], 2002, "Comportamento organizzativo : persone, gruppi e organizzazione", Egea, Milano.

Kreitner R., Kinicki A., 2004, "Comportamento organizzativo", Apogeo, Milano.

Noe R. A., [et al.], 2006, "Gestione delle risorse umane", Apogeo, Milano.

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali, esercitazioni, seminari
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Guido Meloni
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Diritto amministrativo e dell'informazione nella pubblica amministrazione</b>
CFU	9
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il Corso intende offrire agli studenti i principali elementi conoscitivi del diritto amministrativo, in una chiave attenta alle evoluzioni ordinamentali e ai nessi con i fenomeni economici, politici ed istituzionali.</p> <p>Inoltre, nella seconda parte del corso, verrà fornito un quadro dei principali istituti che configurano il diritto dell'informazione e della comunicazione nella pubblica amministrazione. Particolare attenzione sarà dedicata agli aspetti evolutivi sulla base dei principali interventi legislativi.</p>	
<b>Programma</b>	
<p><i>Introduzione al diritto amministrativo.</i>  Il diritto amministrativo e la pubblica amministrazione. Nascita e sviluppo del diritto amministrativo.  Le norme e i principi costituzionali sulla amministrazione pubblica. Le fonti del diritto amministrativo: fonti comunitarie; fonti legislative; i regolamenti; gli statuti.</p> <p><i>L'organizzazione della pubblica amministrazione.</i>  Organizzazioni e persone giuridiche; ente e organo; gli uffici; attribuzione e competenza. Le amministrazioni degli enti territoriali di governo; le amministrazioni dello stato; le amministrazioni indipendenti; gli enti pubblici; le amministrazioni pubbliche in forma privata. Raccordi e cooperazione tra i diversi livelli di governo.</p> <p><i>L'attività amministrativa.</i>  Gli interessi. Il potere amministrativo e il suo esercizio. La discrezionalità amministrativa. Il procedimento amministrativo. Il provvedimento amministrativo e gli accordi integrativi o sostitutivi. Efficacia del provvedimento amministrativo. L'invalidità amministrativa. I servizi</p>	

pubblici. L'attività di diritto privato. La responsabilità della pubblica amministrazione.

*Le forme di tutela.*

Le situazioni giuridiche soggettive e la loro tutela. Cenni sulla tutela giustiziale e sulla tutela giurisdizionale.

*Il diritto di informazione e di comunicazione nella P.A.*

La funzione di informazione e la funzione di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni: disciplina di settore, profili organizzativi e professionali. Documentazione amministrativa; e-government. P.A. e privacy.

### **Bibliografia**

Uno a scelta tra l'ultima edizione di

CERULLI IRELLI V., *Lineamenti del diritto amministrativo*, Giappichelli, Torino.

CORSO G., *Manuale di diritto amministrativo*, Giappichelli, Torino.

CASSETTA, *Compendio di diritto amministrativo*, Giuffrè, Milano.

Inoltre

F. MERLONI, *Introduzione all'eGovernment*, Giappichelli Editore, Torino, 2005.

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni, Esercitazioni, Seminari.
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Pasquale Rotunno
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicitaria'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Etica e deontologia delle professioni comunicative</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il corso mira all'acquisizione di elementi di valutazione etica nell'ambito delle principali professioni comunicative. A tal fine sono discussi i modelli etici che stanno alla base dell'agire comunicativo e le regole che possono essere applicate nei differenti ambiti della comunicazione (giornali, televisione, internet).</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Nella prima parte del corso, l'analisi del "Gorgia" di Platone consente di introdurre alcune nozioni fondamentali del dibattito morale. Attraverso la critica alla retorica che Socrate svolge nel dialogo platonico si esaminano le relazioni tra comunicazione e verità, comunicazione e vita buona. Vengono poi delineati i contributi di Jonas, Apel, Habermas e Lévinas allo sviluppo dell'etica comunicativa. Nella seconda parte del corso, criteri etici e codici deontologici sono trattati in riferimento alla professione giornalistica, con particolare attenzione al ruolo della televisione di servizio pubblico, alla comunicazione politica e alla comunicazione pubblicitaria.</p>	
<b>Bibliografia</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Platone</b>, <i>Gorgia</i>, Bompiani, Milano 2001.</li> <li>- <b>A. Fabris</b>, <i>Etica della comunicazione</i>, Carocci, Roma 2006.</li> <li>- <i>Zibaldone del servizio pubblico radiotelevisivo: Jader Jacobelli e la Consulta Qualità</i>, Rai/Eri, Roma 2008.</li> </ul>	
<b>Tipo Corso</b>	Didattica formale/lezioni frontali
<b>Tipo Esame</b>	Prova orale
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Stefano Mirabelli
Corso di Studi	Scienza della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Strategie della comunicazione pubblica</b>
CFU	6
<b>Obiettivi</b>	
<p>Conoscenza degli uffici e degli strumenti della comunicazione pubblica. Approfondimento dei temi legati all'utilizzo delle nuove tecnologie da parte delle amministrazioni pubbliche. Sviluppo delle esperienze professionali nell'ambito delle attività proprie dell'Ufficio del Portavoce, dell'Ufficio stampa e dell'Ufficio relazioni con il pubblico.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il programma toccherà i seguenti argomenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ambiti e attori della comunicazione pubblica</li> <li>2. Strumenti della pubblica amministrazione</li> <li>3. Uffici della comunicazione pubblica</li> <li>4. La legge 150/2000</li> <li>5. Le nuove tecnologie al servizio della pubblica amministrazione: implicazioni per la comunicazione</li> <li>6. E-government ed e-democracy</li> <li>7. La "blogosfera", i network sociali, i forum</li> <li>8. L'ufficio stampa</li> <li>9. L'ufficio del Portavoce</li> <li>10. L'ufficio relazioni con il pubblico</li> </ol>	
<b>Bibliografia</b>	
<p><b>Rovinetti</b> A., Comunicazione pubblica <i>Sapere e fare</i>, Milano, Il Sole 24 Ore,. 2006  Mancini P., Manuale di Comunicazione Pubblica, Bari, Laterza, 2006  Fornari G. , La nuova comunicazione pubblica, Milano, il Sole 24 Ore, 2004</p>	
<b>Avvertenze</b>	

Il corso si concentrerà lungo 4 o 5 week-end (le lezioni si terranno probabilmente il venerdì e il sabato, con lezioni anche pomeridiane).  
Il docente si avvarrà di slide che saranno rese disponibili agli studenti successivamente .

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali/esercitazioni
<b>Tipo Esame</b>	Prova orale
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Barbara Perluigi
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio di organizzazione dell'ufficio stampa</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Obiettivo è fornire agli studenti le informazioni necessarie e gli strumenti fondamentali per la gestione di un ufficio stampa-. Durante il corso, quindi, gli studenti saranno impegnati nella simulazione del lavoro di un ufficio stampa: sarà proposta la promozione di eventi di diversa natura (scientifica, culturale, politica,) per la cui realizzazione saranno utilizzati tutti gli strumenti della professione.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Quadro generale: la comunicazione istituzionale, strumenti e obiettivi.  Le professioni dell'ufficio stampa: il capo ufficio stampa, l'addetto stampa, la segreteria di redazione.</p> <p>Esercitazioni pratiche  Divisione in gruppi dei partecipanti e costituzioni di redazioni tematiche per evento.  L'ideazione dello slogan dell'evento.  L'ideazione del Piano di comunicazione.  La realizzazione della mailing list tematica.  La redazione dei comunicati stampa: il comunicato stampa di lancio, la nota tecnica, la dichiarazione, il comunicato stampa finale.  La definizione e costruzione della cartella stampa.  La gestione dei contatti con i giornalisti: parole chiave.  La gestione della conferenza stampa  La Rassegna stampa finale.</p>	
<b>Bibliografia</b>	



DA DEFINIRE	
<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali/Esercitazioni
<b>Tipo Esame</b>	Prova orale
<b>Lingua</b>	(Italiana, Inglese, francese, Spagnolo, Tedesco, ecc.)

A.A. 2010/2011	
Docente	Loredana Di Pietro
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio di Organizzazione dell'URP</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Gli obiettivi del corso sono di offrire agli studenti:</p> <p>a) un quadro approfondito degli uffici per le relazioni con il pubblico;</p> <p>b) elementi concreti per poter organizzare l'ufficio: dalla posizione nell'organigramma alla organizzazione del back e del front office;</p> <p>c) un'esperienza concreta di analisi e consulenza per migliorare gli uffici per le relazioni con il pubblico presenti sul territorio.</p> <p>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.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il programma del corso si articola in tre parti</p> <p>Prima parte (6 ore): Cenni normativi di comunicazione pubblica, analisi e approfondimento del ruolo e dell'evoluzione dell'Ufficio per le relazioni con il pubblico nella Pubblica Amministrazione.</p> <p>Seconda parte (8 ore): Definizione degli elementi concreti di organizzazione e sviluppo dell'Ufficio Relazione con il Pubblico: Organigramma</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizzazione spazi e orari</li> <li>2. Gestione del personale</li> <li>3. Organizzazione back office</li> <li>4. Organizzazione front office</li> <li>5. Gestione del contatto con l'utente</li> </ol> <p>Terza parte (10 ore): Definizione della griglia di valutazione di un URP. Analisi di un URP scelto</p>	

dallo studente e definizione degli elementi necessari per un suo possibile miglioramento.

**Bibliografia**

Massimo Franceschetti, *Comunicare con l'utente*, Carocci, Roma, 2007.

Dispense a cura del docente

*Letture:*

Alessandro Rovinetti, *Diritto di parola*, Il Sole 24 ore, Milano, 2002.

**Avvertenze (**

Materie propedeutiche: Organizzazione aziendale

**Tipo  
Corso**

Lezioni interattive, Esercitazioni, Seminari

**Tipo  
Esame**

Prova scritta e pratica

**Lingua**

Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Gioacchino De Chirico
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicitaria'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio in strategic and media planning</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Insegnare al futuro media planner a valutare come, dove, quando e con quali investimenti intervenire, a seconda: del prodotto, del target, del messaggio oggetto della campagna pubblicitaria.</p> <p>In generale, il laboratorio insegna a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- orientarsi e scegliere il mezzo di comunicazione, o il mix di mezzi di comunicazione, più appropriato per la campagna pubblicitaria cercando di ottenere la maggior efficacia e il minor costo, utilizzando al meglio il budget messo a disposizione dall'azienda;</li> <li>- conoscere le caratteristiche strutturali dei mezzi di comunicazione di massa, monitorando costantemente anche la loro efficienza comunicativa.</li> </ul>	
<b>Programma</b>	
<p>Monitorare e programmare.</p> <p>Le basi per la definizione di un media plan</p> <p>Il laboratorio insegna i diversi compiti del media planner attraverso le fasi lavorative del processo di elaborazione strategica e di stesura del piano: analisi e studio delle fonti di informazione disponibili sui mezzi di comunicazione;</p> <p>studio delle diverse tipologie di media (radio, tv, quotidiani, periodici, media specializzati, media on line, internet 2.0) e la loro diffusione;</p> <p>verifica delle strategie comunicative e delle attività di marketing adottate dalla concorrenza;</p> <p>elaborazione del media plan.</p>	
<b>Bibliografia</b>	
Dispense e altro materiale da definire	
<b>Avvertenze</b>	

E' opportuno essere in possesso almeno dei primi rudimenti di sociologia e di storia della comunicazione, avere familiarità con i media.	
<b>Tipo Corso</b>	caratterizzante
<b>Tipo Esame</b>	orale
<b>Lingua</b>	(Italiana, Inglese, francese, Spagnolo, Tedesco, ecc.)

A.A. 2010/2011	
Docente	Stefano Perna
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione
Profilo (Indirizzo)	Pubblica d'Impresa e Pubblicità
Insegnamento	<b>Laboratorio di copywriting e direzione artistica</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il laboratorio è volto all'acquisizione delle principali competenze relative all'ideazione e alla composizione del messaggio pubblicitario, con uguale attenzione rivolta alla componente verbale quanto a quella visuale.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il laboratorio si svolge secondo i seguenti step:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analisi del meccanismo pubblicitario (attraverso la visione e la discussione di materiale audiovisivo)</li> <li>- scomposizione, ai fini della comprensione, del messaggio pubblicitario in ogni sua singola parte</li> <li>- esercitazioni sulla composizione verbale del messaggio</li> <li>- esercitazioni sulla composizione del layout visuale</li> <li>- composizione del messaggio nella sua completezza</li> <li>- simulazione di una piccola campagna pubblicitaria di un prodotto fittizio</li> </ul>	
<b>Bibliografia</b>	
<p>Il laboratorio è per lo più di natura pratica e gran parte del lavoro si svolge in aula. A tal fine tutti i materiali sono distribuiti ed utilizzati in aula durante lo svolgimento del laboratorio stesso.</p>	
<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali/Esercitazioni;
<b>Tipo Esame</b>	Prova pratica;
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Gianfranco De Gregorio
Corso di Studi	Laurea Specialistica in Scienze della comunicazione sociale e istituzionale
Profilo (Indirizzo)	Istituzionale
Insegnamento	<b>Laboratorio di Web Management</b>
CFU	3
<p>L'insegnamento mira a fornire agli studenti le chiavi concettuali e metodologiche necessarie allo sviluppo di un sito web per la P.A. e più in generale della comunicazione istituzionale online.</p> <p>Attraverso il Laboratorio gli studenti saranno messi nelle condizioni di comprendere, organizzare ed applicare praticamente i principi e le nozioni tecniche e di comunicazione coinvolte nel processo gestionale di un sito web istituzionale acquisendo così le competenze indispensabili a gestire il ruolo di responsabili e/ web manager per la P.A.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il Laboratorio affronta tutti gli aspetti determinanti il processo di organizzazione e gestione di un sito web istituzionale. Saranno pertanto presentate e analizzate, durante il percorso, le singole componenti di un sito istituzionale e le problematiche connesse al suo sviluppo ed alla sua gestione.</p> <p>Coerentemente col percorso di studi il Laboratorio focalizza l'attenzione degli studenti sugli aspetti strategici, comunicativi e contenutistici capaci di influire sulla qualità ed efficacia di un sito web istituzionale. Trattando cioè prevalentemente: l'impostazione complessiva, gli obiettivi, l'approccio ed il ruolo assegnato all'utente, l'organizzazione e la navigabilità dei contenuti, lo stile di comunicazione, i testi e la modalità di scrittura e di editing dei contenuti, l'uso della multimedialità e l'interfaccia di navigazione.</p> <p>Una analisi propedeutica di tipo generale consentirà uno specifico approfondimento dei concetti fondamentali ed evolutivi del fenomeno web, dalle sue origini sino all'avvento dei social network e del web 2.0. Saranno analizzate e discusse le influenze che l'esplosione della Rete e l'avvento della Società dell'Informazione hanno avuto sulla comunicazione e le innovazioni da esse impresse alla comunicazione istituzionale ed al modo stesso con cui la P.A. si rapporta oggi con i cittadini e la comunità.</p>	

Un ulteriore specifico argomento trattato nel corso del Laboratorio sono le evoluzioni normative con cui la Pubblica Amministrazione si va relazionando e va regolamentando l'uso di internet nella comunicazione istituzionale.

#### **Bibliografia**

- AA.VV., Cluetrains Manifesto, a cura di Rich Levine IBM, 1999
- AA.VV., Le città digitali in Italia 2006-2007, Censis-RUR-Formez, Franco Angeli, 2008
- Maria Virginia Rizzo-Alberto Bordi, La comunicazione istituzionale sul web, Il Sole 24Ore, 2009
- Postai Sofia, Siti che funzionano, HopsLibri, 2004
- Carrada Luisa, Scrivere per Internet, Lupetti, 2000

#### **Avvertenze**

La gestione di un sito, in tutte le sue componenti funzionali e contenutistiche, è il perno del laboratorio e presuppone la presenza continuativa a tutte le lezioni che lo trattano. La partecipazione al laboratorio presuppone un uso frequente di internet ed una conoscenza di siti della P.A. locale e/o centrale oltre che la disponibilità.

<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali ed esercitazioni pratiche mediante workproject
<b>Tipo Esame</b>	Relazione inerenti il project work d'aula con presentazione finale orale
<b>Lingua</b>	Italiano



A.A. 2010/2011	
Docente	Giuliana Fiorentino
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica, di impresa e pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio di Scrittura per il web</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Il Laboratorio si articola intorno a 3 obiettivi principali: introdurre alle tecniche della scrittura, ragionare sulle specificità della scrittura professionale, e infine individuare le peculiarità della scrittura professionale per il web.</p> <p>La scrittura in questo Corso viene assunta sia come <i>tecnica</i> che l'uomo utilizza per comunicare (ed in particolare ci si soffermerà sulla scrittura che si realizza mediante la tecnologia del computer e quella della rete del world wide web) sia come <i>processo</i> (ci si soffermerà sulle fasi della scrittura che servono a produrre testi comprensibili).</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Scrittura e oralità            Scrittura funzionale e scrittura spontanea            Scrittura professionale            Fasi della scrittura: prescrittura-documentazione, pianificazione, stesura [paragrafazione], revisione, editing, pubblicazione.            Operazioni che si fanno con la scrittura: scrivere, riscrivere, parafrasare, riformulare e strategie linguistiche corrispondenti</p> <p>Dalla videoscrittura alla scrittura sul web            Computer-mediated Communication: vecchie e nuove tipologie testuali            Scrittura interattiva e scrittura unidirezionale            Web usability: sue ricadute su lingua e testualità in rete.</p> <p>Comunicazione personale in rete: chat e-mail, forum, mailing list, blog, home page,            Comunicazione pubblica in rete            Scrittura creativa in rete: MUD            Aspetti linguistici dell'italiano elettronico</p>	

<p>Particolarità testuali della Rete          Scrittura cooperativa in rete          Dalla scrittura su carta alla pubblicazione sul web</p>	
<p><b>Bibliografia</b></p>	
<p>Fiorentino, G. <i>Scrittura cooperativa</i>. Milano, Franco Angeli, 2010.           Materiali distribuiti al corso anche in lingua inglese.</p>	
<p><b>Avvertenze</b></p>	
<p>Durante il corso verranno forniti materiali e fotocopie ulteriori.          La frequenza è obbligatoria.          Viene richiesto settimanalmente di produrre a casa lavori di esercitazione che accompagnano il corso.</p>	
<p><b>Tipo Corso</b></p>	<p>Lezioni, Esercitazioni, Seminari;</p>
<p><b>Tipo Esame</b></p>	<p>Scritto</p>
<p><b>Lingua</b></p>	<p>Italiana</p>

A.A. 2010/2011	
Docente	Mario Prignano
Corso di Studi	Scienze della Comunicazione Pubblica D'Impresa e Pubblicità
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio di giornalismo politico</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>- Insegnare le tecniche attraverso cui viene esercitata la professione di giornalista parlamentare.</p> <p>- Fornire gli strumenti teorici e, soprattutto, pratici per capire come avviene oggi la comunicazione all'interno del Palazzo e come viene gestita dai media.</p>	
<b>Programma</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cenni di storia del giornalismo parlamentare: la sua nascita in Gran Bretagna, la diffusione in Italia.</li> <li>• I lavori del Parlamento: chi decide l'ordine del giorno, come nasce una legge, funzionamento delle commissioni, pubblicità e riservatezza delle sedute</li> <li>• Le fonti di carta: resoconti stenografici, interrogazioni, bollettini, bilanci interni di Camera e Senato; la questione della trasparenza.</li> <li>• Le fonti in carne e ossa: deputati e senatori, come è cambiato il loro lavoro, come si svolge il loro rapporto con i giornalisti, lo scambio notizia/visibilità; la questione del "parallelismo politico" di giornali e giornalisti</li> <li>• Ferri e trucchi del mestiere: la vanità degli onorevoli, fonti da coccolare e fonti da bruciare, conferme e smentite, lavorare in pool, il portavoce: molte croci e poche delizie</li> <li>• Consigli pratici: come prendere appunti, come "carpire" una notizia da chi non vuole darla; l'intervista: istruzioni per l'uso.</li> <li>• Costruire il "pezzo" politico.</li> <li>• Brevi cenni sulle differenze tra il giornalismo politico della carta stampata e il giornalismo politico del notiziari televisivi</li> </ul>	
<b>Bibliografia</b>	

M. PRIGNANO, *Il giornalismo politico*, Rubbettino 2007  
 PAOLO MANCINI, *Sussurri e grida dalle Camere. L'informazione politico-parlamentare in Italia*, Franco Angeli, 1994.  
 ENZO FORCELLA, *Millecinquecento lettori. Confessioni di un giornalista politico*, Donzelli, 2004.  
 GUIDO QUARANTA, *Scoop, querele e qualche schiaffo*, Baldini & Castaldi, 2001.  
 R. e J. SIMONET, *Scrivere per ricordare. Come prendere appunti in modo intelligente*, F. Angeli, 1990

**Avvertenze**

I testi indicati nella bibliografia sono utili per l'approfondimento di molti aspetti trattati durante il corso. Ma a far fede ai fini dell'esame saranno soprattutto gli appunti delle lezioni e le esercitazioni pratiche

<b>Tipo Corso</b>	Didattica formale/lezioni frontali
<b>Tipo Esame</b>	Prova scritta con domande scelta multipla
<b>Lingua</b>	Italiana

A.A. 2010/2011	
Docente	Manuela Petescia
Corso di Studi	Scienze della comunicazione pubblica d'impresa e pubblicita'
Profilo (Indirizzo)	
Insegnamento	<b>Laboratorio di informazione televisiva e servizi al cittadino</b>
CFU	3
<b>Obiettivi</b>	
<p>Acquisire la capacità di progettare e costruire il messaggio televisivo attraverso il linguaggio giornalistico e l'utilizzo delle immagini, regolando la tecnica di erogazione delle informazioni (tecnica di scrittura, lettura testi, conduzione e/o intervista) alle diverse necessità o richieste da parte di Enti (comunicazione istituzionale, cronaca, politica, cultura, spettacolo). Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere il sistema di gestione delle informazioni.</p>	
<b>Programma</b>	
<p>Il giornalismo televisivo, la scrittura dei testi delle notizie per il Tg, il rapporto con le fonti, tecniche di scrittura e di lettura delle brevi e delle notizie più lunghe nel Tg, prove pratiche di conduzione e di stand-up, la conduzione a braccio, l'intervista televisiva, la presenza in video, il collegamento in diretta, simulazione di un'intera edizione di Telegiornale, tecniche di montaggio, i vari campi della cronaca dalla nera alla rosa, la comunicazione per immagini e suoni, la comunicazione istituzionale (modelli di erogazione delle informazioni, rapporti con i mass media e costruzione di comunicati stampa destinati ad evadere l'esigenza di trasparenza e credibilità di Enti Pubblici)</p>	
<b>Bibliografia</b>	
<p>Enciclopedia della Comunicazione, De Agostini Novara 2003  Il linguaggio delle news. Strumenti e regole del giornalismo televisivo, Sandro Petrone, Etas 2004  Materiali scritti e audiovisivi forniti dal docente o costruiti insieme durante le esercitazioni pratiche</p>	
<b>Tipo Corso</b>	Lezioni frontali/Esercitazioni

<b>Tipo Esame</b>	Prova Orale
<b>Lingua</b>	Italiana