Scienze della comunicazione

Il Corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione porta gli studenti ad acquisire una solida preparazione teorico-culturale e tecnico-pratica, in uno scenario oggi caratterizzato da una profonda e costante trasformazione dovuta alla crescita esponenziale dei processi di digitalizzazione, i quali coinvolgono strategie, forme e linguaggi comunicativi, andando a ridisegnare il profilo delle professioni dei comunicatori e incidendo nelle dinamiche economiche.

Il Corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione, sia in ambito pubblico sia privato, e dunque presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie pubblicitarie, di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali.

L'impianto generale del Corso di laurea attinge a discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in un'ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi.

Il percorso è diviso in due indirizzi, Istituzioni pubbliche e media digitali e Comunicazione digitale d'impresa, ed è basato sul bilanciamento tra un solido apparato teorico attraverso il quale gli studenti potranno acquisire strumenti di analisi e di contestualizzazione dei fenomeni comunicativi, mediali e in genere culturali attinenti ai molteplici linguaggi e prodotti della comunicazione (Visual Storytelling, Semiotica generale, Semiotica dei Media, Arti visuali e tecnologie, ecc.), e una panoramica di discipline con una più spiccata dimensione tecnico-operativa (Advertising, Brand design, Elementi di Marketing, Processi di Lobbying, Information Architecture ecc.). Queste ultime infatti consentono di sviluppare competenze pratiche e creative nei vari ambiti della comunicazione, con particolare attenzione alle nuove professioni della comunicazione digitale. Il percorso è completato da laboratori di scrittura e da workshop relativi a queste stesse professioni, in cui la dimensione interattiva del modello didattico Uninettuno trova un ampio spettro di ambiti d'applicazione.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati (Decreti sulle Classi, Art. 3, comma 7)
I laureati potranno trovare impiego in organismi e aziende operanti nell'ambito creativo-produttivo, nei settori dedicati al marketing, al branding, alla pubblicità e al content management di società ed enti pubblici e privati. In particolare potranno essere occupati nell'industria dello spettacolo e dell'edutainment, editoriale, nel settore pubblicitario e di marketing, nelle aziende cinematografico-televisive e in generale nel settore dell'audiovisivo. Altri sbocchi professionali possono essere rappresentati da impieghi negli enti pubblici e nelle aziende private che si occupano di eventi e attività culturali.

Il corso prepara alle professioni di

- Redattore di contenuti per i media
- Redattore editoriale
- Realizzatore e autore di produzioni televisive
- Creatore e redattore di testi pubblicitari
- Esperto di comunicazione multimediale
- Addetto alle relazioni con il pubblico
- Operatore della comunicazione audiovisiva
- Brand content manager
- Social media manager
- Marketing specialist