



**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO**  
**MANIFESTO DEGLI STUDI A.A. 2020/21**  
**LAUREA IN**  
**COMUNICAZIONE E SOCIETA' (CES)**  
**Immatricolati dall'a.a. 2014/15**

### **GENERALITA'**

<b>Classe di laurea di appartenenza:</b>	L-20 SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
<b>Titolo rilasciato:</b>	Dottore
<b>Durata del corso di studi:</b>	3 anni
<b>Cfu da acquisire totali:</b>	180
<b>Annualità attivate:</b>	1°, 2°, 3°
<b>Modalità accesso:</b>	Programmato
<b>Codice corso di studi:</b>	B17

### **RIFERIMENTI**

#### **Presidente Collegio Didattico**

Prof. Sergio Splendore

#### **Docenti tutor**

Tutor per l'orientamento - Prof. Federico Boni

Tutor per la mobilità internazionale e l'Erasmus - Prof. Sergio Splendore

Tutor per stage e tirocini - Prof. Marco Gambaro

Tutor per laboratori e altre attività - Dott.ssa Alessia Corti

#### **Sito web del corso di laurea**

<https://ces.cdl.unimi.it>

#### **Contatti del tutor del Corso di Laurea**

Email: [comunicazione@unimi.it](mailto:comunicazione@unimi.it)

### **CARATTERISTICHE DEL CORSO DI STUDI**

#### **Premessa**

Il corso appartiene alla classe delle lauree in Scienze della Comunicazione – Classe L20 e si svolge nella Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali.

#### **Obiettivi formativi generali e specifici**

Il Corso di Laurea in Comunicazione e Società si propone di fornire al laureato della classe solide conoscenze di base nei principali settori della comunicazione e una buona padronanza delle metodologie e delle tecniche utili per acquisire le competenze necessarie per accedere alle molteplici professioni del mondo della comunicazione.

#### **Risultati di apprendimento attesi**

Il corso consente di acquisire competenze di base e abilità specifiche nei settori dei mezzi di comunicazione che permettano al laureato di svolgere compiti professionali nei diversi apparati delle industrie culturali (editoria, radio, televisione, media digitali) e nei settori della comunicazione di impresa, della pubblicità e dei consumi; competenze relative alle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione che consentano di svolgere attività di comunicazione e relazioni pubbliche sia in aziende private, sia nella pubblica amministrazione e nel privato sociale; abilità necessarie per attività redazionali e funzioni giornalistiche, anche nel settore dell'audiovisivo e delle nuove tecnologie; abilità di base necessarie alla produzione di testi per l'industria culturale (sceneggiature per la pubblicità, video, audiovisivi); abilità necessarie per utilizzare due lingue straniere (di cui una necessariamente è l'inglese) e le abilità e le conoscenze per l'uso efficace della lingua italiana.

#### **Profilo professionale e sbocchi occupazionali**

La laurea in Comunicazione e società consente sbocchi professionali nei numerosi settori e campi della comunicazione di impresa e della comunicazione politica e sociale, delle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, dell'industria culturale, dell'editoria, delle ricerche di mercato, delle imprese, dell'economia digitale, in qualità di addetti stampa, pubblicitari e comunicatori pubblici, esperti di gestione di aziende, di imprese editoriali, di istruzione a distanza, di metodologie specifiche (sondaggi, banche dati, etc.), di campagne di comunicazione.

#### **Conoscenze per l'accesso**

Per l'ammissione al corso gli studenti dovranno sostenere una prova nel corso della quale saranno verificate le competenze

linguistico-espressivo.

Per accedere al corso occorre sostenere il TOLC-E, il Test Online organizzato dal CISIA, (Consorzio Interuniversitario Sistemi Integrati per l'Accesso). Le conoscenze disciplinari di accesso si intendono positivamente verificate se sono raggiunti i punteggi indicati nel bando di selezione.

Agli studenti ammessi con un punteggio inferiore a quello indicato nel bando di selezione, limitatamente all'area della comprensione verbale, è assegnato un obbligo formativo aggiuntivo (OFA); esso consiste nella frequenza di un corso o di un laboratorio, anche nella modalità online, ovvero nella consultazione di materiali di studio integrativi, e deve essere soddisfatto e verificato entro il primo anno di corso.

Le modalità di soddisfazione di questi obblighi formativi aggiuntivi sono specificate sul portale di Ateneo nell'area Studiare della Facoltà di Scienze politiche, economiche e sociali.

Qualora lo studente non assolva l'obbligo entro il predetto termine, il successivo anno accademico dovrà iscriversi come ripetente del primo anno di corso e non potrà sostenere gli esami degli anni successivi al primo.

#### OFA Lingua inglese

Per poter sostenere l'esame di lingua inglese previsto dal piano di studio è richiesta la conoscenza della lingua inglese di livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER). Tale livello può essere attestato nei seguenti modi:

- tramite l'invio di una certificazione linguistica conseguita non oltre i 3 anni antecedenti la data di presentazione della stessa, di livello B1 (per la lista delle certificazioni linguistiche riconosciute dall'Ateneo si rimanda al sito: <https://www.unimi.it/it/studiare/competenze-linguistiche/placement-test-test-di-ingresso-e-corsi-di-inglese>). La certificazione deve essere caricata al momento dell'immatricolazione;

- tramite Placement Test, erogato da SLAM esclusivamente durante il I anno, da ottobre a dicembre. In caso di non superamento del test, sarà necessario seguire i corsi erogati da SLAM.

Il Placement Test è obbligatorio per tutti gli studenti che non sono in possesso di una certificazione valida.

Coloro che non sosterranno il Placement Test entro dicembre oppure non supereranno il test finale del corso entro 6 tentativi, dovranno conseguire una certificazione a pagamento entro l'annualità in cui è previsto l'esame di lingua.

#### **Lauree Magistrali a cui si può accedere**

Il conseguimento della laurea in Comunicazione e Società consentirà l'accesso al corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e di impresa (Classe LM-59) previo superamento della prova di ammissione.

#### **Struttura del corso**

Il corso di laurea si articola in tre anni di percorso comune a tutti gli studenti per consolidare le conoscenze, le competenze e le abilità fondamentali per affrontare adeguatamente le richieste del mercato del lavoro. Il percorso formativo è orientato a dare una formazione adeguata per affrontare la comunicazione di impresa, il marketing e la gestione delle risorse umane nelle imprese e nelle organizzazioni pubbliche, private e del non profit, in un contesto di multiculturalità e di internazionalizzazione.

Nel percorso formativo si prevedono, attività laboratoriali e di stage, anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, aziende e organizzazioni non profit), e soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere.

La buona preparazione teorico-metodologica di base fornita nel triennio consentirà inoltre di proseguire gli studi iscrivendosi a lauree magistrali nell'area della comunicazione, del marketing e della comunicazione di impresa e pubblica.

Al compimento degli studi viene conseguita la laurea in Comunicazione e società, classe delle lauree in Scienze della comunicazione (Classe L-20).

#### **Note**

La scelta degli insegnamenti in alternativa sarà limitata a quelli effettivamente impartiti.

#### **Obbligo di frequenza**

La frequenza è fortemente consigliata.

#### **Formulazione e presentazione piano di studi**

A partire dal secondo anno lo studente presenterà il piano di studi.

#### **Caratteristiche della prova finale**

La laurea in Comunicazione e Società nella classe delle Scienze della Comunicazione - Classe L-20, si consegue previo superamento di una prova finale che può consistere nella preparazione di una relazione scritta, anche in lingua straniera, su un argomento concordato precedentemente, o in una relazione scritta che ha per argomento l'attività di tirocinio o stage compiuto dallo studente, secondo le modalità indicate dal Regolamento didattico del corso di laurea. In alcuni casi l'elaborato scritto può essere sostituito da uno audiovisivo o da un elaborato su supporto informatico o da altro tipo di verifica.

#### **Criteri di ammissione alla prova finale**

Per essere ammesso alla prova finale lo studente deve aver conseguito 174 crediti.

L'Università degli Studi di Milano sostiene la mobilità internazionale degli studenti, offrendo loro periodi di studio e di tirocinio all'estero, occasione unica per arricchire il proprio percorso formativo in un contesto nuovo e stimolante.

Gli accordi stipulati dall'Ateneo con oltre 300 università di 30 diversi Paesi nell'ambito del programma europeo Erasmus+ permettono agli studenti regolarmente iscritti di svolgere parte del proprio percorso di studi presso una delle università partner o seguire percorsi di tirocinio/stage presso imprese, centri di formazione e di ricerca e altre organizzazioni.

Analoghe opportunità di mobilità internazionale vengono garantite inoltre anche per destinazioni extra-europee, grazie ai rapporti di collaborazione stabiliti dall'Ateneo con diverse prestigiose istituzioni.

### **Cosa offre il corso di studi**

Il Corso di Laurea Triennale in Comunicazione e Società, tramite il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche, ha stretto un accordo di "double degree" con l'Università statunitense "John Cabot University" (Roma), l'accordo richiede la frequenza obbligatoria per tre trimestri. Per partecipare si richiede un'ottima conoscenza della lingua inglese, opportunamente certificata. Un apposito bando stabilisce le condizioni per entrare nella selezione. Detti scambi non godono di un sostegno finanziario da parte dell'Università degli Studi.

### **Modalità di partecipazione ai programmi di mobilità - mobilità Erasmus**

Ai programmi di mobilità per studio – che durano dai 3 ai 12 mesi - gli studenti dell'Università Statale regolarmente iscritti possono partecipare solo con una procedura di selezione pubblica finalizzata a valutare, grazie a specifiche commissioni:

- la proposta di programma di studio all'estero del candidato
- la sua conoscenza della lingua straniera richiesta
- le motivazioni alla base della candidatura

Bando e incontri informativi

La selezione pubblica ha inizio in genere verso febbraio di ogni anno con la pubblicazione di un bando che indica: le destinazioni, con la rispettiva durata della mobilità, i requisiti richiesti e i termini per la presentazione della domanda online.

Ogni anno, prima della scadenza del bando, l'Ateneo organizza incontri informativi per illustrare agli studenti opportunità e regole di partecipazione.

Borsa di studio Erasmus +

Per i soggiorni all'estero che rientrano nel programma Erasmus+, l'Unione Europea assegna ai vincitori della selezione una borsa di studio a sostegno delle spese di mobilità, che viene integrata da un contributo dell'Ateneo per gli studenti in condizioni economiche svantaggiate.

Corsi di lingua

Gli studenti che superano le selezioni per i programmi di mobilità possono avvalersi dei corsi intensivi di lingue straniere proposti ogni anno dall'Ateneo.

Maggiori informazioni alla pagina <https://www.unimi.it/it/internazionale/studiare-allestero/partire-con-erasmus> .

Per assistenza:

Ufficio Mobilità internazionale

Via Festa del Perdono 7 (primo piano)

Tel. 02 503 13501-12589-13495-13502

[mobility.out@unimi.it](mailto:mobility.out@unimi.it)

Orario sportello: Lunedì-venerdì ore 9 - 12

## **MODALITA' DI ACCESSO: 1° ANNO PROGRAMMATO**

### **Informazioni e modalità organizzative per immatricolazione**

Nei Corsi di Laurea triennali attivati presso la Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali, la normativa vigente consente di sottoporre i candidati a un test di accesso, articolato in una serie di prove, sulla base del quale costruire una graduatoria.

Al fine di garantire livelli formativi di qualità in rapporto alla disponibilità di risorse, anche ai sensi dell'art. 2 della legge 264/1999, il corso di laurea è ad accesso programmato con un numero di studenti pari a 250. A questo numero va aggiunto il contingente riservato a studenti extra-comunitari con residenza all'estero.

Come prova di selezione è previsto il TOLC-E del CISIA (Consorzio interuniversitario sistemi integrati per l'accesso). Il TOLC-E può essere sostenuto presso Università degli Studi di Milano e in una qualsiasi altra università aderente al CISIA.

Saranno attivate due selezioni per l'ammissione al corso: la prima selezione (primaverile) si terrà per 140 posti, la seconda selezione (estiva) per i restanti 110 e gli eventuali posti residui non coperti nella selezione primaverile.

Le modalità di svolgimento del TOLC-E saranno indicate nel bando di selezione.

Ai fini della graduatoria finale si attribuirà un peso del 75% alla prova di selezione e un peso di 25% al profitto scolastico.

La valutazione del profitto scolastico sarà misurata attraverso la media aritmetica dei voti conseguiti in tutti gli insegnamenti del penultimo anno di scuola superiore nella selezione primaverile, attraverso il voto di maturità nella selezione estiva.

### Link utili per immatricolazione

<https://www.unimi.it/it/studiare/immatricolarsi-e-iscriversi>

### Istruzioni operative

L'accesso al corso è vincolato per tutti gli studenti italiani al superamento della prova di ammissione.

Per gli studenti stranieri l'ammissione è subordinata ad una valutazione dei titoli.

### N° posti riservati a studenti extracomunitari non soggiornanti in Italia

20

### N° posti assegnati

250

## MODALITA' DI ACCESSO: 2° ANNO

### Note

Gli studenti che non provengono dal corso di laurea di Comunicazione e Società o da quello di Scienze Umanistiche per la comunicazione devono sostenere la prova di ammissione.

<b>1° ANNO DI CORSO Attività formative obbligatorie</b>		
<b>Attività formativa</b>	<b>Cfu</b>	<b>Settore</b>
Economia e industria dei media	9	SECS-P/06
Informazione e costituzione	12	(12) IUS/09, (12) IUS/10
Laboratorio di scrittura di lingua italiana	3	L-LIN/01
Lingua inglese	9	L-LIN/12
Psicologia della comunicazione	9	M-PSI/06
Sociolinguistica	9	L-LIN/01
Sociologia e cultura	9	SPS/08
Storia contemporanea	6	M-STO/04
Totale CFU obbligatori		66
<b>2° ANNO DI CORSO Attività formative obbligatorie</b>		
<b>Attività formativa</b>	<b>Cfu</b>	<b>Settore</b>
Culture della comunicazione	9	SPS/08
Informatica generale	6	INF/01
Laboratorio di informatica	3	INF/01
Marketing e strategie d'impresa	9	SECS-P/08
Media digitali	9	L-ART/06
Metodi e tecniche della ricerca sociale	12	(6) SECS-S/01, (6) SPS/07
Sociologia della comunicazione	9	SPS/08
Storia sociale dei media	6	M-STO/04
Totale CFU obbligatori		63
<b>3° ANNO DI CORSO Attività formative obbligatorie</b>		
<b>Attività formativa</b>	<b>Cfu</b>	<b>Settore</b>
Diritto europeo della comunicazione	6	IUS/14
Languages of the media	6	L-LIN/11
Totale CFU obbligatori		12
<b>Attività a scelta</b>		
<b>Gli studenti devono conseguire 6 CFU in uno degli insegnamenti di seguito indicati.</b>		
Diritto della protezione dati	6	IUS/08
Economia e tecnica della pubblicità	6	SECS-P/08
Libertà di espressione	6	IUS/08
<b>Gli studenti devono conseguire 6 CFU in uno degli insegnamenti di seguito indicati.</b>		
Ricerca qualitativa nelle organizzazioni sociali	6	SPS/07
Sociologia dei processi culturali	6	SPS/08
Sociologia della famiglia e dei corsi di vita	6	SPS/08
<b>Gli studenti devono conseguire 6 CFU in uno degli insegnamenti di seguito indicati.</b>		
Organizzazione e risorse umane	6	SECS-P/10
Processi globali dell'informazione	6	SPS/07
<b>Altre attività a scelta</b>		
<b>Gli studenti devono conseguire 12 CFU a scelta libera</b>		
<b>Gli studenti devono conseguire 3 CFU con laboratori o tirocini</b>		
<b>Attività conclusive</b>		

Prova finale		6	NA
	Totale CFU obbligatori	6	

## **PROPEDEUTICITA'**

Le seguenti discipline sono propedeutiche ai corsi del terzo anno:

- Economia e industria dei media
- Lingua inglese
- Sociolinguistica
- Laboratorio di scrittura di lingua italiana
- Psicologia della comunicazione
- Sociologia e cultura
- Storia contemporanea
- Informazione e costituzione

Inoltre:

- Sociologia e cultura è propedeutica a Sociologia della comunicazione, a Culture della comunicazione e a Media digitali,
- Marketing e strategie d'impresa è propedeutica a Economia e tecnica della pubblicità.