



**COMUNICAZIONE
E RICERCA SOCIALE
MANIFESTO DEI
CORSI DI LAUREA
2017-2018**

DIPARTIMENTO
DI COMUNICAZIONE
E RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

EDITORIALE	
Professionisti della comunicazione, interpreti della società di Bruno Mazzara.....	2
LAUREE TRIENNALI	
Comunicazione pubblica e d'impresa.....	6
Comunicazione, tecnologie e culture digitali.....	10
Cooperazione internazionale e sviluppo.....	14
LAUREE MAGISTRALI	
Media, comunicazione digitale e giornalismo.....	18
Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa.....	22
Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni.....	25
Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale.....	29
Design, comunicazione visiva e multimediale.....	33
Comunicazione scientifica e biomedica.....	33
Economics and communication for management and innovation.....	33
OFFICINA DELLA DIDATTICA	34
CALENDARIO DIDATTICO	36
SEGRETERIE	37
STRUTTURE E SERVIZI	37
CORIS MONDO	39

Il Manifesto degli Studi è un lavoro collettivo che ha visto impegnati soggetti istituzionali, collaboratori e studenti. In particolare, si ringraziano: Marco Bruno, Raffaele Lombardi, Stefania Di Mario e Moira Colantoni per l'ideazione del progetto e il coordinamento editoriale; Cosimo Miraglia per la progettazione grafica, l'impaginazione e la copertina. I testi sono stati redatti dai componenti della Commissione Orientamento e Tutorato del CoRis.



Professionisti della comunicazione, interpreti della società

Il progetto di una formazione specializzata nel campo della comunicazione, adeguata all'importanza sempre crescente di questa dimensione della vita contemporanea, si è sviluppato in questa sede universitaria con un percorso ormai più che ventennale. Il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale viene istituito nel 2010 in continuità con la tradizione della prima Facoltà statale di Comunicazione nata alla Sapienza nel 2001, che a sua volta raccoglieva l'esperienza di un precedente pionieristico Corso di laurea in Scienze della Comunicazione aperto nel 1992. Si tratta di un progetto in continuo divenire, continuamente adattato ai veloci cambiamenti della società e dei sistemi di comunicazione, e a cui hanno contribuito nel tempo diverse migliaia di studenti in una feconda interazione con almeno due generazioni di docenti competenti e appassionati. Diversi elementi hanno costituito, e costituiscono tuttora, gli ingredienti di questo ambizioso programma.

Innanzitutto una riflessione sulla natura della comunicazione e sul suo ruolo nella società. La convinzione profonda, al riguardo, è che la comunicazione non vada intesa come un momento accessorio, distinto e in qualche modo successivo rispetto a dimensioni sociali considerate più rilevanti e "oggettive", come ad esempio le dinamiche economiche e politiche, i progressi scientifici e gli sviluppi tecnologici. La comunicazione non può essere identificata solo con lo spazio, pur importante, della produzione e circolazione delle informazioni o con le caratteristiche e le regole del mondo dello spettacolo. Molto più di questo, la comunicazione rappresenta un elemento fondativo di tutti i più importanti e basilari processi da cui la società è costituita. Ad esempio, la crisi economica ha indubbiamente importanti radici "strutturali"; ma è anche fondata su universi simbolici e valoriali, articolati con sistemi di opinioni e aspettative, il tutto profondamente modellato dalle dinamiche comunicative.

Parte essenziale di tale riflessione scientifica è la verifica di come le diverse discipline che spiegano il comportamento umano possano contribuire a comprendere, ciascuna dal suo punto di vista, i complessi processi che costituiscono la dimensione comunicativa della società. Per questo, il nostro progetto formativo si può considerare naturalmente e intrinsecamente interdisciplinare, e uno degli elementi di pregio della nostra ormai pluridecennale esperienza è stata la costante ricerca di un ottimale equilibrio fra le esigenze di specialismo disciplinare e l'utilità di sempre più ampie sinergie. Allo scopo di favorire l'uso più appropriato ed efficace degli strumenti che ciascuna disciplina mette a disposizione, particolare cura viene dedicata alla formazione metodologica, nella convinzione che solo una ricerca scientificamente accurata possa permet-

tere alle scienze della comunicazione di raggiungere il proprio obiettivo.

Questo discorso scientifico si salda in maniera naturale con l'individuazione e la valorizzazione dei molteplici campi in cui questo insieme di conoscenza può essere efficacemente utilizzato, nonché con la messa a punto dei percorsi formativi più idonei per una efficace traduzione delle stesse conoscenze in strumenti operativi professionali, in linea con le richieste del mercato del lavoro. Due sono le macroaree che caratterizzano l'offerta formativa del Dipartimento: i media studies e la comunicazione delle organizzazioni e delle imprese, aree all'interno delle quali si collocano i temi che hanno contribuito a consolidare l'identità scientifica del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale. In uno stretto intreccio tra ricerca e didattica, vengono affrontati i grandi temi del nostro tempo: dalla crisi economica alle conflittualità intergruppi e ai terrorismi, dalla sostenibilità ambientale dei modelli di sviluppo alle vecchie e nuove marginalità sociali, dall'evoluzione dei sistemi politici alle nuove modalità di partecipazione, dai fenomeni migratori alle prospettive della società interculturale, dai media mainstream ai social media, dal marketing alla pubblicità alla comunicazione sociale, e così via. Di questi fenomeni vengono esplorati gli aspetti costitutivi (dati, evidenze empiriche) e la dimensione comunicativa, vale a dire il modo in cui i fenomeni stessi sono in qualche misura "costruiti" nel racconto dei mezzi di comunicazione, riflessi nell'opinione pubblica, sedimentati nell'orizzonte culturale più ampio. Con ciò si mette in evidenza uno dei nodi più interessanti delle scienze sociali, e in particolare delle scienze della comunicazione, vale a dire la presunta opposizione tra i fatti, nella loro cruda e oggettiva fisicità, e la loro "narrazione", concettualizzata per sua natura, e quasi inevitabilmente, come una forma di distorsione della verità. Si tratta di un problema molto antico, che le scienze sociali ereditano dalla filosofia e che ha importanti implicazioni non solo sul versante teorico-epistemologico, ma anche in termini di conseguenze pragmatiche nella vita quotidiana delle persone.

È un tema che acquista peraltro rilevanza cruciale in un'epoca che è stata – forse frettolosamente – definita della "post-verità", nella quale il concetto stesso di verità dei fatti diventa elusivo e la semplice ripetizione di un dato, magari smaccatamente o addirittura volontariamente falso, si trasforma in cornice interpretativa condivisa. È proprio con riferimento a queste dinamiche (e a questi rischi) che diventa cruciale approfondire, in maniera scientificamente accurata, il modo in cui si costruisce la comunicazione e il legame che esiste fra la realtà, i processi di conoscenza e i percorsi di formazione dell'opinione pubblica e delle rappresentazioni sociali. Tutto ciò con riferimento anche alle profonde modificazioni che sono intervenute e continuamente intervengono nei sistemi di comunicazione, con i noti fenomeni di convergenza e ridefinizione dei diversi media, e con il ruolo sempre più rilevante della Rete e della digitalizzazione. In relazione a tale progetto scientifico e culturale sono state strutturate specifiche linee formative a livello sia triennale che magistrale, che si trovano riassunte nelle pagine che seguono, con l'indicazione de-

gli obiettivi formativi e dei profili professionali di ciascuna di esse, e con il dettaglio degli insegnamenti. Per la messa a punto di tali percorsi è stato continuo il confronto con i potenziali interlocutori esterni, dalle istituzioni al mondo delle professioni, avvalendoci anche, quando possibile, di professionisti della comunicazione come docenti a contratto, e verificando costantemente l'accoglienza del mercato del lavoro. A questo proposito, oltre ad un costante monitoraggio dei destini occupazionali dei nostri laureati, è interessante anche la positiva risposta dei sempre più numerosi enti e aziende in cui i nostri studenti svolgono periodi di stage, che sono previsti dai percorsi e ne costituiscono parte integrante.

In estrema sintesi la nostra offerta, che prevede anche alcuni percorsi erogati in lingua inglese, si articola in tre grandi filoni, per ognuno dei quali è disponibile una laurea triennale e una o più lauree magistrali. Un primo ambito riguarda la comunicazione delle organizzazioni pubbliche e private, delle istituzioni, delle imprese e del terzo settore; un secondo si concentra più direttamente sul ruolo dei media e delle nuove tecnologie, con riferimento anche agli sviluppi delle professioni giornalistiche e dell'industria culturale; un terzo si occupa del tema, sempre più rilevante, della cooperazione internazionale allo sviluppo. Oltre a questi filoni principali, che raccolgono la maggior parte dei nostri studenti, vanno segnalati anche un corso magistrale sulla valutazione nelle organizzazioni e nelle politiche pubbliche, nonché alcuni corsi magistrali che offriamo in collaborazione con altri Dipartimenti sulle tematiche della comunicazione biomedica, del design e comunicazione visiva, della comunicazione per il management.

Nel lungo percorso di realizzazione di questo progetto abbiamo dovuto fare i conti con una serie di vincoli esterni e difficoltà strutturali, prima fra tutte la progressiva riduzione delle risorse messe a disposizione del sistema universitario, ma anche il sempre più stringente, anche se quanto mai opportuno, controllo dei requisiti necessari per l'attivazione dei corsi. Ciò nonostante, siamo riusciti finora a mantenere un livello di offerta quantitativamente e qualitativamente molto alto, che ha riscosso l'apprezzamento di un numero sempre maggiore di studenti. Dal 2010, anno di fondazione del Dipartimento nel suo attuale assetto istituzionale, ad oggi, gli immatricolati sono passati da 970 a 1372, con una crescente capacità di attrazione, nelle magistrali, di studenti che provengono da altre università italiane. Ci auguriamo che anche quest'anno coloro che ci scelgono portino con sé la passione e l'impegno necessari per contribuire, insieme a noi, a migliorare sempre più questo progetto. È con questo auspicio che vi diamo il benvenuto nel nostro mondo della comunicazione.

*Il Direttore del Dipartimento
Prof. Bruno Mazzara*



CORSI DI LAUREA 2017-2018

*La presente offerta formativa è da ritenersi valida solo per gli studenti iscritti al primo anno di un corso di laurea triennale o magistrale nell'A.A. 2017/2018

MODALITÀ D'ACCESSO

Per i corsi di laurea triennali - Prova d'ingresso per la verifica delle conoscenze.

L'accesso ai corsi prevede la partecipazione a una prova di valutazione, obbligatoria ma non vincolante nell'esito, regolata da appositi bandi in conformità a quanto stabilito dall'Ateneo. Lo studente che non risultasse idoneo alla valutazione potrà comunque immatricolarsi al corso di laurea; saranno indicati, in questo caso, specifici obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare entro il primo anno di corso. Vedi Bandi disponibili sul sito di Ateneo.

Per i corsi di laurea magistrali - Verifica dei requisiti e della personale preparazione.

L'accesso ai corsi Magistrali è subordinato alla verifica delle conoscenze acquisite. Tale procedura varia a seconda dei singoli corsi di laurea e i dettagli sono contenuti nei rispettivi regolamenti didattici. Le modalità per richiedere di essere sottoposti alla verifica sono indicate nelle apposite Schede informative disponibili sul sito di Ateneo.



OBIETTIVI

Forma laureati in possesso di una adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici nell'area dei processi culturali e della comunicazione organizzativa, con competenze professionali rivolte in particolare ai settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- analizzare i processi comunicativi e le tecniche di informazione, nonché adeguate competenze metodologiche per elaborarli e utilizzarli;
- operare nel campo della comunicazione e della pubblicità nelle imprese, nelle organizzazioni pubbliche e dell'area non profit, nonché nelle agenzie di comunicazione;
- comprendere il funzionamento delle organizzazioni pubbliche e private;
- svolgere attività redazionali, acquisite anche attraverso iniziative laboratoriali;
- operare in contesti internazionali grazie alla conoscenza di due lingue straniere.

PROFILI PROFESSIONALI

I laureati svolgeranno attività professionali nelle agenzie pubblicitarie, nell'area marketing e comunicazione, nell'area delle relazioni pubbliche di aziende private nazionali e internazionali, della Pubblica Amministrazione e del non profit, e in ogni altro settore nel quale risulti centrale la comunicazione applicata alle organizzazioni.

Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Account pubblicitario
- Art-buyer nelle agenzie di pubblicità
- Collaboratore alla creazione e redazione di testi pubblicitari
- Collaboratore alle attività di analisi di mercato
- Collaboratore dei consulenti di immagine
- Esperto di promozione turistica
- Producer pubblicitario
- Responsabile della comunicazione sociale
- Supervisore delle attività di customer care
- Tecnico di marketing e management turistico
- Tecnico di marketing operativo e strategico

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
Sociologia della comunicazione (SPS/08)	6
Storia politica, sociale e culturale dell'età contemporanea (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07) oppure Storia e metodo delle scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale e della comunicazione (M-PSI/05)	9
Diritto privato e della comunicazione (IUS/01)	9
Informatica e tecnologie della comunicazione digitale (INF/01)	9
Totale	57

II anno	Cfu
Teorie della comunicazione e dei nuovi media (SPS/08)	9
Scienze semiotiche del testo e dei linguaggi (M-FIL/05)	9
Metodologia della ricerca sociale (SPS/07)	9
Fonti e strumenti statistici per la comunicazione (SECS-S/05)	6
Sociologia della politica (SPS/11)	6
Fondamenti di economia politica (SECS-P/01)	6
Sistemi socio-economici (SPS/07)	9
Lingua inglese *	5
Lingua spagnola *	4
Totale	63

III anno	Cfu
Market driven management (SECS-P/08)	6
Comunicazione d'impresa - Laboratorio di strategie pubblicitarie (SECS-P/10 + SPS/08)	9
Comunicazione pubblica e istituzionale - Laboratorio di comunicazione organizzativa (SPS/08)	9
Criminologia e sociologia della devianza (SPS/12)	6
Scienza politica (SPS/04)	6
Attività a scelta dello studente	15
Prova finale	9
Totale	60

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Codice corso: 29424

www.coris.uniroma1.it/impresa1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Ilaria Tani



OBIETTIVI

Forma laureati in possesso di una adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali in grado di operare nell'area delle tecnologie digitali, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale, quali stampa, editoria, cinema, teatro, radio, televisione e media digitali.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- analizzare i sistemi della comunicazione e applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati;
- operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali sia di ultima generazione, con particolare riferimento alla comunicazione digitale;
- conoscere le diverse declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, storico-giuridico;
- acquisire abilità per la scrittura e lo svolgimento di attività redazionali, anche attraverso iniziative laboratoriali;
- operare in contesti internazionali grazie alla conoscenza di due lingue straniere.

PROFILI PROFESSIONALI

I laureati svolgeranno compiti nei diversi ambiti dell'industria culturale (editoria, cinema, teatro, radio, televisione, media digitali) e nel settore dei beni e consumi culturali (eventi, spettacoli, musica, moda, turismo). In particolare, saranno impegnati nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, nell'area degli uffici stampa e del lavoro redazionale, della comunicazione pubblicitaria, della progettazione di contenuti audiovisivi e multimediali.

Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Addetto alle relazioni pubbliche, public relations executive
- Collaboratore alle produzioni radiofoniche, televisive e audiovisive
- Collaboratore alla progettazione di sistemi informativi multimediali on-line
- Collaboratore alla redazione di testi radiofonici, televisivi, di fiction, per audiovisivi, cinema, web, informazione stampata e on-line
- Supervisore di call center e help desk, tecnico della gestione dei servizi nei call center
- Tecnico del marketing, con particolare riferimento al web marketing

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
Sociologia della comunicazione (SPS/08)	6
Storia politica, sociale e culturale dell'età contemporanea (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07) <i>oppure</i> Storia e metodo delle scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale e della comunicazione (M-PSI/05)	9
Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione (IUS/09)	9
Informatica e tecnologie della comunicazione digitale (INF/01)	9
Totale	57

II anno	Cfu
Teorie della comunicazione e dei nuovi media (SPS/08)	9
Scienze semiotiche del testo e dei linguaggi (M-FIL/05)	9
Metodologia della ricerca sociale (SPS/07) <i>oppure</i> Metodi di ricerca per la comunicazione (SPS/08)	9
Analisi dei dati per la comunicazione (SECS-S/01)	6
Filosofia e scienza politica (SPS/01)	6
Fondamenti di economia politica (SECS-P/01)	6
Sociologia dell'ambiente e del territorio (SPS/10)	6
Lingua inglese *	5
Lingua spagnola *	4
Totale	60

III anno**Cfu**

Industria culturale e media studies - Laboratorio di analisi dei prodotti culturali (SPS/08)	9
Innovazione e analisi dei modelli di giornalismo - Laboratorio di tecniche e linguaggi del giornalismo (SPS/08 + L-FIL-LET/12)	9
Teoria e tecniche della televisione (SPS/08) <i>oppure</i> Linguaggi e formati del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08)	9
Market driven management (SECS-P/08)	6
Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01) <i>oppure</i> Storia della radio e della televisione (L-ART/06)	6
Attività a scelta dello studente	15
Prova finale	9
Totale	63

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Codice corso: 29423

www.coris.uniroma1.it/tecnologie1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Laura Bocci



OBIETTIVI

Caratterizzato da un'offerta formativa spiccatamente interdisciplinare, forma laureati in grado di gestire le politiche per la cooperazione e lo sviluppo, con particolare attenzione agli aspetti istituzionali e socioculturali.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- conoscere adeguatamente l'area delle discipline demo-etno-antropologiche, dello sviluppo e del mutamento sociale e politico;
- familiarizzare con i fenomeni di globalizzazione dell'economia, con le dinamiche interculturali e con le componenti antropologiche, sociali, culturali e istituzionali dello sviluppo;
- conoscere a livello avanzato la lingua inglese e, alternativamente, il francese o lo spagnolo;
- utilizzare gli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

PROFILI PROFESSIONALI

I laureati svolgeranno attività professionali nella Pubblica Amministrazione, presso organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale. Potranno anche operare in attività di consulenza e progettazione specializzata, nonché accedere a percorsi formativi avanzati nel campo delle scienze sociali.

Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Agente di organizzazione non governativa
- Agente di sviluppo locale
- Esperto in diritti umani
- Esperto in peace-keeping/peace building
- Esperto in progetti di cooperazione e sviluppo
- Esperto in programmazione nazionale
- Operatore della cooperazione internazionale
- Preparatore di bandi
- Volontario internazionale

I anno	Cfu
Istituzioni di sociologia e comunicazione (SPS/07)	9
Storia contemporanea (M-STO/04) <i>oppure</i> Storia della modernizzazione (M-STO/02)	9
Storia delle dottrine politiche (SPS/02) <i>oppure</i> Istituzioni di diritto pubblico (IUS/09)	9
Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01)	9
Economia politica (SECS-P/01)	9
Geografia e rappresentazione del potere (M-GGR/02)	9
English language first level	3
Lingua inglese (L-LIN/12)	6
Totale	63

II anno	Cfu
Economia dello sviluppo (SECS-P/01)	9
Politica economica internazionale (SECS-P/02)	9
Diritto pubblico comparato (IUS/21)	9
Psicologia sociale per lo sviluppo e la pace (M-PSI/05)	6
Scienza della politica (SPS/04) <i>oppure</i> Sociologia delle istituzioni e del mutamento (SPS/07)	6
Diritto internazionale (IUS/13)	9
Demografia (SECS-S/04)	9
Totale	57

III anno	Cfu
Storia delle relazioni internazionali (SPS/06)	9
Storia dell'Europa orientale (M-STO/03)	9
Strategie per la cooperazione (M-GGR/02)	9
Lingua francese (L-LIN/04) <i>oppure</i> Lingua spagnola (L-LIN/07)	6
Tecnologie alimentari e nutrizione nei PVS - Laboratorio di merceologia degli alimenti (SECS-P/13)	9
Attività a scelta dello studente	12
Tirocini, stage	2
Prova finale	4
Totale	60

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Classe L-37, lauree in Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace

Codice corso: 28709

Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti

Sede amministrativa Dipartimento CORIS

Didattica programmata 2017-2020 (Approvata in data 20/03/2017 dal CAD di Cooperazione e sviluppo)

www.coris.uniroma1.it/cooperazione1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Giuliana Vinci



OBIETTIVI

Il Corso forma professionisti altamente qualificati, destinati a ricoprire incarichi di responsabilità, capaci di progettare e gestire contenuti e servizi nel campo dei media, della comunicazione digitale e del giornalismo.

COMPETENZE

I laureati di questo Corso matureranno competenze specifiche per operare a diversi livelli dei sistemi dell'informazione. In particolare, essi saranno in grado di:

- ideare e gestire progetti e servizi di comunicazione, sviluppando sistemi informativi innovativi;
- scrivere contenuti giornalistici, audiovisivi e ipertestuali adeguati a diversi format e linguaggi;
- gestire uffici stampa e comunicazione;
- gestire analisi dei pubblici e ricerche di mercato;
- progettare, gestire e valutare l'usabilità di sistemi interattivi su diversi dispositivi (pc, tv, tablet, etc.);
- creare e valutare piani di comunicazione;
- organizzare e gestire il marketing di aziende operanti nei settori media e giornalismo.

PROFILI PROFESSIONALI

- Analisti di mercato
- Autore radiotelevisivo e cinematografico
- Designer dell'interazione
- Dialoghista, soggettista, paroliere
- Gestore di servizi informativi on line
- Giornalista*
- Ideatore e adattatore di format multimediali
- Interactive Marketing Manager
- Multimedia project manager
- Programming marketing manager
- Professional media buyer
- Professional media planner
- Public relation manager
- Redattore in agenzie di stampa, periodici, quotidiani
- Responsabile di linee editoriali in redazioni e case editrici
- Responsabile di uffici stampa e comunicazione in organizzazioni pubbliche e private
- Social media manager

* L'accesso alla professione è condizionata all'iscrizione all'apposito Albo

I anno	Cfu
Storia e modelli del giornalismo - Laboratorio uffici stampa (SPS/08) <i>oppure</i> Culture e industrie della televisione - Laboratorio sui formati e i generi televisivi (SPS/08)	9
Internet e social media studies (SPS/08) <i>oppure</i> Data journalism - Laboratorio strumenti e applicazioni per i media digitali (SPS/08)	9
Analisi dell'informazione e dei pubblici (SPS/08) <i>oppure</i> Digital education (SPS/08)	6
Analisi degli stili di vita e della partecipazione sociale (SPS/07) <i>oppure</i> Reti sociali e stili di vita - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07)	9
Digital marketing (SECS-P/08) <i>oppure</i> Regolamentazione delle reti, privacy e proprietà intellettuale (IUS/01)	9
Laboratorio d'inglese specialistico	3
Attività a scelta dello studente	12
Totale	57

II anno - Indirizzo Media Studies	Cfu
Transmedia studies - Laboratorio di analisi dell'immaginario e dello storytelling (SPS/08)	9
Teoria e analisi delle audience - Laboratorio di ricerca sui media digitali e le audience multiscreen (SPS/08)	9
Connected and social television (SPS/08)	6
Teorie del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08) <i>oppure</i> Analisi della produzione e dei linguaggi musicali (SPS/08)	6
Contenuti e mercati della radiofonia (L-ART/06) <i>oppure</i> Regolamentazione dei sistemi medialti (IUS/08)	6
Semiotica della città e dei luoghi di consumo (M-FIL/05)	6
Stage	6
Prova finale	15
Totale	63

Il anno - Indirizzo Giornalismo	Cfu
Giornalismo radiotelevisivo - Laboratorio radiotelevisivo (SPS/08)	9
Giornalismo internazionale (SPS/11)	9
Comunicazione politica (SPS/08) <i>oppure</i> Psicologia della politica (M-PSI/05)	6
Teoria e analisi del discorso giornalistico (M-FIL/05)	6
Deontologia e diritto del giornalismo (IUS/01)	6
Sociologia delle relazioni internazionali (SPS/11) <i>oppure</i> Filosofia dell'opinione pubblica (SPS/01)	6
Stage	6
Prova finale	15
Totale	63

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

Classe LM-19, lauree in Informazione e sistemi editoriali

Codice corso: 29428

www.coris.uniroma1.it/media1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Silvia Leonzi



OBIETTIVI

Forma laureati con competenze nel campo del marketing e della comunicazione d'impresa, tra le quali le relazioni istituzionali, la gestione e la promozione del brand, la gestione delle risorse umane, lo sviluppo organizzativo e le ricerche di mercato.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- progettare e promuovere prodotti e servizi attraverso tecniche di pubblicità e marketing;
- organizzare e coordinare le relazioni e la comunicazione all'interno e all'esterno dell'azienda e tra quest'ultima e gli stakeholder;
- elaborare piani per la realizzazione di progetti e verificare la loro fattibilità;
- occuparsi della gestione integrata del brand che comprenda la comunicazione aziendale interna ed esterna attraverso gli strumenti della corporate social responsibility;
- elaborare e usare strumenti per la raccolta di dati sui fabbisogni, opinioni e comportamenti dei consumatori.

PROFILI PROFESSIONALI

I laureati svolgeranno attività in vari ambiti aziendali, con particolare riguardo delle funzioni comunicative e organizzative.

Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Analista di mercato
- Assistente/consulente/responsabile del marketing e management delle imprese sportive, o in ambito turistico o nel marketing operativo e strategico
- Brand manager (addetto/aiuto-responsabile/responsabile del marketing di una linea di prodotti)
- Consulente della Corporate Social Responsibility, o dell'immagine e della comunicazione d'impresa
- Media buyer e Media planner
- Public relations executive e professional (media relations, organizzazione di eventi, public affairs e lobbying, social media management, crisis communication, comunicazione istituzionale integrata)
- Responsabile della comunicazione interna e delle Reti aziendali
- Organizzazione e gestione risorse umane (sviluppo, formazione, assessment, valorizzazione delle competenze, customer satisfaction)
- Redattore di testi pubblicitari

I anno	Cfu
Comunicazione per il management d'impresa (SPS/08)	9
Economia aziendale, bilancio, business plan (SECS-P/07)	9
Pubblicità e strategie di comunicazione integrata (SPS/08)	9
International business (SECS-P/01)	9
Sistema giuridico e mercato: attività e comunicazione d'impresa (IUS/01) <i>oppure</i> Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa (SPS/11)	6
Marketing strategico (SECS-P/08) <i>oppure</i> Metodi statistici per le ricerche di mercato (SECS-S/05)	6
Internet e social media studies (SPS/08) <i>oppure</i> Comunicazione, advocacy e consumo responsabile (SPS/08)	6
Attività a scelta dello studente	9
Totale	63

II anno	Cfu
Sistemi organizzativi complessi nella società dell'innovazione - Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa d'impresa (SPS/07 + SPS/09)	9
Digital marketing (SECS-P/08) <i>oppure</i> Marketing avanzato (SECS-P/08)	9
Psicologia dei consumi e della pubblicità (M-PSI/05) <i>oppure</i> Semiotica della città e dei luoghi di consumo (M-FIL/05)	9
Analisi dell'opinione pubblica, scelte di consumo e customer satisfaction (SPS/07)	6
Stage	6
Laboratorio di inglese specialistico*	3
Prova finale	15
Totale	57

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Classe LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Codice corso: 26687

www.coris.uniroma1.it/organizzazione1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Barbara Mazza



OBIETTIVI

Forma laureati con competenze avanzate di progettazione, gestione e coordinamento delle attività di comunicazione, ricerca e valutazione per le organizzazioni, in virtù di un percorso formativo integrato. Competenze che potranno essere utilizzate nell'ambito delle organizzazioni pubbliche, private e del non profit.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- analizzare i sistemi complessi, nelle diverse componenti strutturali e culturali, e i modelli organizzativi, normativi e comunicativi che li caratterizzano;
- analizzare i modelli di governance e dei processi di comunicazione e partecipazione politica;
- progettare, coordinare e realizzare indagini empiriche, in particolare di ricerche applicate;
- monitorare e valutare programmi, politiche pubbliche, specifici progetti, interventi, azioni;
- progettare, coordinare e gestire piani e servizi di comunicazione, di campagne, di eventi di sponsorizzazione per le organizzazioni pubbliche e non profit.

PROFILI PROFESSIONALI

La formazione dei laureati è volta alla collocazione nelle amministrazioni pubbliche e private; negli Enti locali (in particolare nell'attuale fase di riprogettazione); in istituti, organismi ed enti di ricerca, alta formazione, studio e documentazione; nelle strutture del servizio e dell'intervento sociale; in enti di programmazione, pianificazione, controllo e valutazione; in uffici studi di aziende, imprese e organizzazioni del terzo settore. Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Valutatore professionale
- Ricercatore specializzato nell'analisi e nella previsione di processi, effetti ed impatti sociali;
- Consulente esperto nella progettazione, gestione e valutazione di interventi sociali destinati alla collettività o a gruppi specifici;
- Responsabile di centri/enti di ricerca sociale e di formazione per la valutazione di fenomeni complessi;
- Responsabile degli uffici comunicazione e relazione con il pubblico /ex Legge 150/2000);
- Responsabile della comunicazione interna;
- Responsabile della comunicazione esterna;
- Responsabile delle sponsorizzazioni e del marketing;
- Progettista di campagne di comunicazione sociale;
- Consulente in comunicazione pubblica;
- Responsabile delle relazioni pubbliche;
- Esperto di sistemi di comunicazione on line;
- Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione;
- Specialisti del controllo nella Pubblica Amministrazione;
- Sociologo;
- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate;
- Redattori di testi per la pubblicità.

I anno	Cfu
Digital marketing (SECS-P/08)	9
Teoria dell'azione e della decisione (SPS/07)	9
Comunicazione sociale e istituzionale - Laboratorio di progettazione e valutazione delle campagne di comunicazione (SPS/08 - SPS/07)	12
Teorie e pratiche della valutazione - Laboratorio di ricerca valutativa (SPS/07)	9
Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali (SPS/11)	6
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Attività a scelta dello studente	9
Totale	57

II anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit (LM/59)	Cfu
Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE (IUS/08)	9
Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) oppure Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
Gestione e comunicazione degli eventi (SPS/08)	6
Internet e social media studies (SPS/08) oppure Comunicazione, advocacy e consumo responsabile (SPS/08)	6
Relazioni istituzionali e responsabilità sociale di impresa (SPS/11)	6
Metodologie qualitative per la valutazione della customer satisfaction (SPS/07)	6
Stage	3
Prova finale	18
Totale	63

Il anno - Indirizzo Valutazione e ricerca sociale applicata (LM-88)	Cfu
Modelli e procedure di ricerca sociale (SPS/07)	6
Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) <i>oppure</i> Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
Modelli e pratiche di relazione interculturale (SPS/07) <i>oppure</i> Comportamenti collettivi e sostenibilità socio-ambientale (SPS/07)	6
Reti sociali e stili di vita - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07)	9
Integrazione sociale e dinamiche psico-culturali (M-PSI/05)	6
Religione e mutamento sociale (M-FIL/06)	6
Stage	3
Prova finale	18
Totale	63

* Il modulo non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

Classe LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Codice corso: 27530

Classe LM-88, lauree in Sociologia e ricerca sociale

Codice corso: 27531

Sede amministrativa Dipartimento CORIS

www.coris.uniroma1.it/valutazione1718

Coordinatore del corso: Prof. Mattia Diletti



OBIETTIVI

Forma laureati dotati di conoscenze interdisciplinari e strumenti operativi per l'analisi e l'interpretazione dei contesti dei paesi emergenti e per la gestione di programmi e progetti per la pace e per la cooperazione internazionale allo sviluppo.

COMPETENZE

Fornisce ai laureati strumenti per:

- ideare, redigere, attuare e dirigere programmi e progetti integrati di cooperazione e sviluppo;
- applicare i principali metodi di monitoraggio e valutazione;
- utilizzare in modo fluente, in forma scritta e orale, la lingua inglese e acquisire una buona conoscenza del francese, dello spagnolo, con possibilità di accesso anche ad altre lingue;
- utilizzare gli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Nel secondo anno il curriculum di studio si articola in due indirizzi altamente caratterizzanti, volti a coniugare conoscenza specialistica e formazione operativa:

- **Indirizzo "Socio-politico-economico";**
- **Indirizzo "Economics for Development".**

Al primo anno sono previsti anche per l'indirizzo "Socio-politico-economico", in alternativa a insegnamenti in lingua italiana, anche corrispettivi insegnamenti in lingua inglese, che potranno essere seguiti da studenti stranieri e italiani nel rispetto del regolamento didattico.

PROFILI PROFESSIONALI

I laureati svolgeranno funzioni dirigenziali e di alta responsabilità nella Pubblica Amministrazione, presso organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale. Potranno anche operare come consulenti e progettisti specializzati presso enti di ricerca e studio nel campo dello sviluppo umano e sociale.

Il Corso prepara ai seguenti profili:

- Agente di organizzazione non governativa
- Esperto scenari economici
- Esperto di fund-raising per il terzo settore
- Corrispondente estero
- Dirigente di organizzazione culturale
- Dirigente di organizzazione umanitaria
- Dirigente di organizzazione non governativa
- Responsabile di progetti di cooperazione e sviluppo
- Console
- Ambasciatore
- Segretario di legazione

I anno - Indirizzo Socio - Politico - Economico	Cfu
Storia della cooperazione e dello sviluppo (M-STO/03) <i>oppure</i> Globalization History (M-STO/04)	9
Pensiero politico della colonizzazione e della decolonizzazione (SPS/02) <i>oppure</i> Political thought for colonization and decolonization (SPS/02)	9
Antropologia dello sviluppo (M-DEA/01) <i>oppure</i> Development anthropology (M-DEA/01)	6
Politica economica internazionale e sviluppo – Laboratorio di progettazione per lo sviluppo (SECS-P/02) <i>oppure</i> International economic policy and development (SECS-P/02)	9
Diritti umani e bioetica (IUS/14) <i>oppure</i> European Union law and human rights (IUS/14) <i>oppure</i> Modelli di federalismo e costituzionalismo multilivello - Laboratorio di diritto dell'immigrazione (IUS/09)	9
Sistemi politici comparati – (SPS/04) <i>oppure</i> Comparative politics (SPS/04)	9
Popolazione e sviluppo (SECS-S/04) <i>oppure</i> Population and development (SECS-S/04)	9
Totale	60

II anno - Indirizzo Socio - Politico - Economico	Cfu
Politiche sociali per la cooperazione (SPS/07) <i>oppure</i> Sociologia dell'Islam e del mondo musulmano (SPS/11)	6
Sistemi sociali e politici dell'Africa contemporanea (SPS/13) <i>oppure</i> Storia delle relazioni Euro-Asiatiche - Migrazioni e minoranze (SPS/06) <i>oppure</i> Storia delle relazioni Euro-Latinoamericane (SPS/06)	6
Biotecnologie e sviluppo sostenibile (SECS-P/13) <i>oppure</i> Management delle fonti energetiche (SECS-P/13)	6
Politica agricola internazionale (AGR/01) <i>oppure</i> Diritto costituzionale multilivello dell'economia (IUS/08)	9
Laboratorio di inglese specialistico	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

I anno - Indirizzo Economics for Development	Cfu
Globalization History (M-STO/04)	9
Political thought for colonization and decolonization (SPS/02)	9
Development anthropology (M-DEA/01)	6
International economic policy and development (SECS-P/02)	9
European Union law and human rights (IUS/14)	9
Comparative politics (SPS/04) <i>oppure</i> Political development and democratic transition (SPS/11)	9
Population and development (SECS-S/04)	9
Totale	60

II anno - Indirizzo Economics for Development	Cfu
Humanitarian affairs (IUS/13)	6
Growth economics - Fundraising laboratory (SECS-P/01)	9
International agricultural policy (AGR/01)	6
Quantitative models for socio-economic analysis (SPS/09)	6
International organizations and development	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

Classe LM-81, lauree in Scienze della cooperazione allo sviluppo

Codice corso: 28714

Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti

Sede amministrativa Dipartimento CORIS

www.coris.uniroma1.it/sviluppo1718

Coordinatore del corso: Prof.ssa Giuliana Vinci



LAUREE MAGISTRALI INTERFACOLTÀ

Non amministrate direttamente dal Dipartimento Coris

DESIGN, COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE (LM12 E LM19)

Classe LM-12, lauree in Design, e LM-19, lauree in Informazione e Sistemi editoriali

www.coris.uniroma1.it/design

La sede amministrativa è la *Facoltà di Architettura* (www.architettura.uniroma1.it).

Docenti di riferimento: Carlo Martino (carlo.martino@uniroma1.it), *Facoltà di Architettura*;

Vincenzo Cristallo (vincenzo.cristallo@uniroma1.it), *Facoltà di Architettura*; Francesco D'Amato (francesco.damato@uniroma1.it), *Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione*

COMUNICAZIONE SCIENTIFICA BIOMEDICA (LM59 E LM9)

Classe LM-9, lauree in Biotecnologie mediche, veterinarie e farmaceutiche, e LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

<http://www.coris.uniroma1.it/biomedica>

La sede amministrativa è la *Facoltà di Farmacia e Medicina* (www.farmaciamedicina.uniroma1.it).

Docenti di riferimento: Fabio Naro (fabio.naro@uniroma1.it), *Facoltà di Farmacia e Medicina*;

Michaela Liuccio (michaela.liuccio@uniroma1.it), *Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione*

ECONOMICS AND COMMUNICATION FOR MANAGEMENT AND INNOVATION (LM77)

Classe LM-77, lauree in Scienze economico-aziendali

<http://www.coris.uniroma1.it/economia>

La sede amministrativa è la *Facoltà di Economia* (www.economia.uniroma1.it).

Docenti di riferimento: Fabrizio D'Ascenzo (fabrizio.dascenzo@uniroma1.it), *Facoltà di Economia*; Luana Gallotta (luana.gallotta@uniroma1.it), Referente per la Didattica, *Facoltà di Economia*



OFFICINA DELLA DIDATTICA

Con l'**Officina della Didattica** il Coris offre ai suoi studenti un punto di riferimento quotidiano, attraverso cui interfacciarsi con le strutture del Dipartimento e ottenere supporto nei diversi step del percorso universitario. In stretto coordinamento con la Segreteria Didattica, l'Officina è **un hub** per la gestione e risoluzione dei problemi ma anche un laboratorio per l'orientamento in itinere e per l'innovazione didattica.

SORT - SERVIZIO ORIENTAMENTO E TUTORATO

Lo Sportello SORT offre un servizio di orientamento a potenziali matricole, studenti iscritti e laureati, fornendo le informazioni di base su articolazione degli ordinamenti didattici, procedure amministrative, servizi e recapiti utili. Gli sportelli sono gestiti da studenti vincitori di borse di collaborazione.

Delegato per l'Orientamento e Tutorato: Prof. Marco Bruno.

Via Salaria 113 (piano Terra, stanza T062)

Tel. (+39) 06 49918388 - www.coris.uniroma1.it/sort Per informazioni: sortsdc@uniroma1.it

UFFICIO AFE STAGE

L'ufficio Stage si occupa di tutte le attività relative al placement, ricerca e attivazione di tirocini/stage. Aiuta gli studenti e i neolaureati a trovare e svolgere tirocini attinenti al corso di laurea e alla loro formazione. Risponde alle richieste delle aziende, fornendo loro selezioni di curricula rispondenti ai profili richiesti per stage e lavoro.

Inoltre, promuove numerose iniziative per l'accompagnamento al lavoro dei propri studenti: nell'ultimo anno ha attivato 380 tirocini e stage e 192 nuove convenzioni con aziende, enti pubblici e organizzazioni non profit. Il monitoraggio costante del Coris sul destino occupazionale dei propri studenti conferma la natura innovativa e professionalizzante dei percorsi formativi.

www.coris.uniroma1.it/didattica/placement Per informazioni: ufficiostage.scom@uniroma1.it

AULE E SEDI

La sede del Coris (uffici, studi docenti, laboratori, biblioteca, aule) è in Via Salaria 113.

Le lezioni si tengono presso le aule di Via Salaria 113 e presso alcune aule della Città Universitaria (P.le A. Moro, 5). Per ogni corso di laurea le lezioni si tengono presso una stessa sede.

www.coris.uniroma1.it/strutture/aule

UFFICIO CADI - ATTIVITÀ DIDATTICHE INTEGRATIVE

L'Ufficio per il riconoscimento delle attività didattiche integrative si occupa di fornire informazioni e chiarimenti relativi alle attività didattiche integrative e alla procedure a queste connesse (richiesta crediti; modulistica).

www.coris.uniroma1.it/cadi-ufficio-attivit-didattiche-integrative, cadisd@gmail.com

GARANTE DEGLI STUDENTI E SERVIZI DEDICATI AGLI STUDENTI CON DISABILITÀ

Garante degli studenti di Facoltà: Prof. Stefano Ceccanti, stefano.ceccanti@libero.it

In supporto allo Sportello di Ateneo per le relazioni con gli studenti disabili, il Dipartimento si è dotato di uno specifico servizio di accoglienza e informazioni al quale gli studenti che ne abbiano necessità possono rivolgersi, anche in fase di pre-iscrizione.

Referente Coris: Prof. ssa Ivetta Ivaldi, Via Salaria 113 (2° piano, stanza 213). T (+39) 06.49918458
T (+39) 3389222952



LEZIONI

PRIMO SEMESTRE: da giovedì 21/09 a mercoledì 20/12/2017

L'attività didattica sarà sospesa il 01/11/2017 e l'08/12/2017.

SECONDO SEMESTRE: da lunedì 19/02 a sabato 26/05/2018

L'attività didattica sarà sospesa da giovedì 29/03 a martedì 03/04 compresi, il 25/04 e il 01/05

ESAMI

Da lunedì 08/01/2018 a sabato 17/02/2018:

3 appelli per tutti i corsi erogati fino all'a.a. 2016/2017 e per tutte le materie i cui corsi si siano svolti nel primo semestre dell'a.a. 2017/2018

Da lunedì 09/04 a giovedì 03/05 2018 (Sessione laureandi e fuori corso):

1 appello per tutti i corsi erogati fino all'a.a. 2016/2017 e delle materie 2017/2018 i cui corsi si siano tenuti nel primo semestre riservato a laureandi della sessione di luglio 2018; studenti fuori corso; studenti iscritti in modalità Part Time e Part Time Speciale

Da lunedì 04/06 a venerdì 27/07/2018 (Sessione estiva):

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2017-2018

Da lunedì 03/09 a sabato 15/09/2018 (Sessione autunnale):

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2017/2018

Da lunedì 22/10 a venerdì 16/11/2018 (Sessione laureandi di dic.2018/gen.2019 e fuori corso): 1 appello per tutti i corsi erogati fino all'a.a. 2017/2018 riservato a laureandi di Triennale della sessione di dic.2018/gen.2019; laureandi di Specialistica/Magistrale e di Vecchio Ordinamento Quinquennale della sessione di dic.2018/gen.2019; studenti fuori corso; studenti iscritti in modalità Part Time e Part Time Speciale

Da martedì 08/01/2019 a venerdì 18/01/2019 (Sessione invernale 2017/2018) ultimo appello relativo all'a.a. 2017/2018:

1 appello per tutti i corsi erogati fino all'a.a. 2017/2018

SESSIONI DI LAUREA

Sessioni valide per tutti gli ordinamenti

da lunedì 12/03 a mercoledì 28/03/2018 (anticipo della Sessione estiva 2017 - 2018)

da lunedì 09/07 a venerdì 27/07/2018 (Sessione estiva 2017 - 2018)

da martedì 09/10a venerdì 26/10/2018 (Sessione autunnale 2017 - 2018)

da martedì 11/12/2018 a venerdì 25/01/2019 (Sessione invernale 2017 - 2018)

SEGRETERIA DIDATTICA

Fornisce chiarimenti su offerta formativa, percorsi formativi, cambi di ordinamento, passaggi da un Corso di laurea a un altro, trasferimento e riconoscimento esami, part time. Inoltre, si occupa dell'organizzazione di tutti gli strumenti indispensabili per il lavoro conclusivo del proprio percorso di studi, che prende il nome di Prova finale per i Corsi di laurea triennale, e di Tesi di laurea per i Corsi di laurea magistrale. L'attività dell'Ufficio è supportata da studenti che svolgono uno stage o una borsa di collaborazione.

<http://www.coris.uniroma1.it/segreteria-didattica>

www.coris.uniroma1.it/tesi,tesi.scienzecom@uniroma1.it

SEGRETERIA STUDENTI

È il riferimento per tutte le questioni amministrative, iscrizioni, pagamento delle tasse, registrazione degli esami, rilascio di certificati, procedure per la domanda di laurea.

Segreteria studenti dei corsi del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale: Palazzo Servizi Generali, scala C, Piano Terra (Città Universitaria)

Sgrstudenti.comunicazione@uniroma1.it



STRUTTURE E SERVIZI

MEDIALAB - LABORATORIO DI ARTI VISIVE E PRODUZIONE MULTIMEDIALE

Il MediaLab, nato nel 2005 per fornire agli studenti la possibilità di realizzare prodotti audiovisivi con attrezzature professionali, è un centro di formazione e produzione specializzato in nuovi linguaggi digitali e sperimentazione audiovisiva. Dalla sua istituzione sono stati prodotti cortometraggi, videoclip, documentari, videoart andati in onda su reti televisive nazionali oppure presentati in occasioni pubbliche rilevanti sul piano culturale e istituzionale.

www.coris.uniroma1/medialab - Per informazioni: medialabcoris@uniroma1.it

RADIOLAB - RADIOSAPIENZA

Il RadioLab è un centro di produzione e sperimentazione radiofonica, nato nell'autunno 2007 con la supervisione di RadioRai. Al suo interno sono presenti sistemi di regia automatica e uno studio di registrazione professionale per la realizzazione di programmi. Gli studenti e i docenti possono usufruire del supporto tecnico e organizzativo dei responsabili della struttura per le attività istituzionali.

Il RadioLab ospita inoltre le attività di RadioSapienza, la web radio dell'Ateneo.

www.coris.uniroma1.it/radiolab, www.radiosapienza.net - Per informazioni: info@radiosapienza.net

CORISLAB

Il Laboratorio di Comunicazione e Ricerca sociale (CorisLab), è la struttura che fornisce i mezzi di calcolo hardware e software ed i servizi di supporto tecnico-informatico e statistico-metodologico alla ricerca scientifica e alla didattica. Offre consulenza e assistenza agli studenti interessati allo sviluppo di tesi sperimentali, ai dottorandi e ai docenti. Realizza laboratori e seminari su software di analisi dei dati numerici e testuali a diversi livelli di complessità con un'offerta formativa rivolta anche a utenti esterni. Per ulteriori informazioni, servizi, orari e riferimenti:

www.coris.uniroma1.it/corislabor

www.facebook.com/Corislab.Sapienza - www.twitter.com/corislabor

BIBLIOTECA DEL CORIS

La biblioteca nasce nel 1971, con l'istituzione del primo corso di laurea in Sociologia a Roma. Con un patrimonio di oltre 30 mila volumi italiani e stranieri e oltre 500 periodici, la Biblioteca mette a disposizione degli studiosi e degli studenti un'importantissima raccolta di opere che approfondiscono soprattutto le tematiche di Sociologia della comunicazione, Sociologia dei consumi, New Media, Comunicazione pubblicitaria e del Marketing, Tecnologie e media digitali, Metodologia della Ricerca oltre a possedere classici della Sociologia, dell'Antropologia e dell'Etnologia. La biblioteca aderisce a NILDE, per la ricerca di documenti non direttamente posseduti, e consente di accedere a migliaia di periodici elettronici e banche dati. La Biblioteca ha due sale di lettura dotate, una di 20 posti (adiacente al suo ingresso) ed una da 40 (adiacente al Centro Congressi).

www.coris.uniroma1.it/biblioteca Per informazioni: biblio_coris@uniroma1.it

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Esperienze internazionali, seminari di approfondimento, stage e tirocini all'estero rappresentano altrettanti momenti di crescita personale e professionale. Il Coris partecipa a numerosi accordi di mobilità internazionale, mettendo a disposizione degli studenti e dei docenti **più di 80 sedi universitarie europee**. Gli accordi sono infatti stipulati con atenei di **Austria, Belgio, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Lettonia, Lituania, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Spagna, Turchia**.

Il programma Erasmus+ offre agli studenti la **possibilità di studiare presso una Università europea**, fino a 12 mesi nell'ambito di ogni ciclo di studio (laurea, laurea magistrale e dottorato di ricerca/scuole di specializzazione). Con il nuovo programma Erasmus+ viene data anche la possibilità di candidarsi come laureandi per poi **effettuare l'esperienza di tirocinio** entro un anno dalla laurea. Inoltre, il Dipartimento Coris ha stipulato con Università di paesi extra-UE dei protocolli per la mobilità studentesca. Ogni anno gli studenti del Coris hanno la possibilità di partecipare ad un bando che assegna borse di studio per effettuare ricerche di tesi o sostenere esami presso: Università di Santiago de Cali, **Colombia**; Università di São Paulo - ECA, **Brasile**; Università di São Paulo - Pontificia, **Brasile**; Università di El Colef, **Messico**; Università di Buenos Aires, **Argentina**.

Per le informazioni di carattere strettamente didattico, inerenti in particolare alla formulazione dei piani di studio per l'estero ed eventuali richieste di chiarimenti sul sistema di riconoscimento degli esami effettuati o da effettuarsi presso le Università partners, è possibile rivolgersi al Responsabile Scientifico Erasmus di Facoltà per il Dipartimento Coris:

Prof.ssa Giovanna Gianturco, giovanna.gianturco@uniroma1.it

Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Sapienza Università di Roma
Via Salaria 113, 00198 Roma



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

coris.uniroma1.it



Membro della Federazione ICFE
RINA
ISO 9001
Certificazione Qualità

