

EDITORIALE	
Studiare al Coris fra cultura, innovazione e comunicazione di <i>Mario Morcellini e Bruno Mazzara</i>	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.....	34
Comunicazione scientifica e biomedica.....	34
Economics and communication for management and innovation.....	34
STRUTTURE E SERVIZI	35
CALENDARIO DIDATTICO	38
SEDI	39
SEGRETERIE	39

Il Manifesto degli Studi è per definizione 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 e l'impaginazione; Fabio Stefano Alla per la copertina. I testi sono stati redatti dai componenti della Commissione Orientamento e Tutorato del Coris.



Studiare al Coris fra cultura, innovazione e comunicazione

La comunicazione è una *risorsa universale e di cittadinanza*, il luogo in cui si incrociano la cultura, l'intrattenimento, l'informazione, il benessere e i progetti di rinnovamento sociale, e al tempo stesso il tessuto nel quale si realizza la vita quotidiana delle persone, che nell'interazione comunicativa costruiscono incessantemente il proprio sguardo sul mondo. A lungo si è espressa la speranzosa fiducia nella comunicazione come innesco del mutamento sociale e nutrimento dei rapporti tra gli individui: anche dal punto di vista della letteratura scientifica ha dominato per molto tempo una lettura per cui l'aumento degli stimoli mediali vecchi e nuovi avrebbe comportato automaticamente un incremento delle conoscenze sociali e della partecipazione. Non è l'unica promessa non mantenuta del *progetto moderno*, ma certo dobbiamo interrogarci sulle ragioni per cui, soprattutto nel nostro Paese, la diffusione di media e reti non si è automaticamente tradotta in *una spinta alle competenze culturali e al recupero dello spazio pubblico*.

Occorre per di più ricordare come la conoscenza della comunicazione sia sovente schiacciata dal peso dei luoghi comuni e del dilettantismo. Proprio contro questo deterioramento del senso comune, si deve riaffermare orgogliosamente il valore di uno studio sistematico, di profondità, dei processi culturali e comunicativi e del loro ruolo nella contemporaneità. Il progetto formativo in Comunicazione, infatti, necessita della costante sperimentazione di *politiche culturali comuni* capaci di costituire gradualmente un progetto sostenibile per contrastare la tentazione dell'individualismo dominante nelle cornici simboliche del nostro tempo e soprattutto la crisi dell'impegno partecipatorio.

La formazione accademica alla Comunicazione rappresenta pertanto un *elemento di modernità irrinunciabile*: molti trend ci dicono che il paese è più attento che in passato – nonostante la durezza della crisi economica – ai contenuti e ai comportamenti culturali di qualità. Questa tendenza storica incoraggiante e positiva non va sprecata ed è tanto più importante se si pensa alla crisi dei punti di riferimento nella dimensione della politica, delle istituzioni e dei valori.

Il sapere critico sulla Comunicazione è fondamentale per disvelare direzione e potenzialità dell'innovazione sociale, ben oltre le transitorie apparizioni di enfatici modernismi. Studiare Comunicazione significa immergersi sul crocevia di più saperi e tradizioni scientifiche: la sociologia, la psicologia,

l'economia, il diritto, l'antropologia, la storia, la linguistica, la semiotica, la filosofia, la statistica e l'informatica. Difatti, il *policentrismo formativo* e di socializzazione tipico del nostro tempo costringe l'Università a fare i conti con giovani e adulti portatori di saperi in larga misura indipendenti, se non antagonisti, rispetto alla tradizionale mediazione proposta dalle istituzioni formative. In un tempo in cui il soggetto è centro di ricezione di stimoli provenienti dalle interazioni nel tempo libero, dai media e soprattutto dalle tecnologie di rete, è solo mettendo decisamente al centro della riflessione una nuova responsabilità della formazione e degli Atenei che è possibile evitare di apparire una torre d'avorio del sapere, incapace di aggiornarsi rispetto ai bisogni dei giovani, quelli che più avrebbero diritto a una consapevole mediazione adulta.

In tale *varietà di stimoli culturali* va iscritta l'esperienza dello studente che speriamo di incontrare nelle aule del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale; la nostra comunità scientifica dimostra come, nell'Università di oggi, sia impossibile sottrarsi alla partecipazione a un intreccio di conoscenze globali, nella quale docenti e studenti si impegnano a sperimentare, nella quotidianità della didattica, così come nei percorsi di ricerca e di studio, gli stimoli e le sfide all'apprendimento offerti da una società complessa.

La sfida, e la necessità, è quella di attivare un dialogo produttivo con gli studenti che conduca verso una *strategia culturale per una diversa qualità della comunicazione*, a partire da un deciso ritorno al dibattito sui contenuti e sui valori della modernità.

Questo può essere riscontrato nella varietà dei percorsi formativi offerti dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, istituito alla Sapienza nel 2010, in continuità con la tradizione della prima Facoltà statale di Scienze della Comunicazione in Italia. L'attenzione al ruolo *dei media e delle nuove tecnologie* è un percorso tracciato tenendo in mente la complessità della mappa che esula dai tecnicismi analitici, ma che disegna la molteplicità delle piattaforme espressive e di interazione che contribuiscono a intrecciare il tessuto delle relazioni sociali. Proprio per l'immersione quotidiana negli ingorghi dei messaggi mediali, e per la necessità che gli strumenti tecnologici ricoprono nell'ordinarietà degli utilizzi professionali, la ricostruzione analitica permette di orientarsi – e di ri-orientare – senza smarrirsi nella complessità dell'influenza dei media su linguaggi, pratiche e relazioni sociali. Ciò vale anche con riferimento all'altro ambito nel quale è forte la domanda di conoscenza specializzata e rispetto al quale il Dipartimento ha sviluppato specifici percorsi formativi: la *comunicazione delle or-*

ganizzazioni pubbliche e private, delle istituzioni, delle imprese e del terzo settore, che sempre più si trovano a ridefinire sul terreno comunicativo la propria natura e le proprie potenzialità di azione incisiva. I nostri corsi, pertanto, coltivano professionisti le cui capacità critiche permettono di addomesticare il continuo evolversi delle tecnologie e della società, in grado di affinare la sensibilità deontologica e l'impegno sociale. È l'intrinseca *creatività delle professioni comunicative* a renderle particolarmente resilienti, capaci di osteggiare crisi attraverso l'innovazione, traino dell'economia dell'immateriale. In tale ottica si iscrive la promozione del Dipartimento verso le esperienze di *Erasmus e internazionalizzazione*, opportunità per docenti, ricercatori e studenti che permettono l'inserimento delle nostre attività di studio e professionalizzazione in una rete di saperi e chances globali (il Coris, infatti, partecipa a numerosi progetti di scambio internazionale - attualmente con 39 università europee e 8 extraeuropee - per la mobilità di studenti e docenti).

Dalla pluriennale esperienza di monitoraggio e analisi sui destini occupazionali dei nostri laureati emerge che questi si collocano maggiormente nel marketing e nella comunicazione d'impresa, seguiti dall'area dell'informazione nelle sue varie declinazioni (giornalismo, ufficio stampa ed editoria). Il Dipartimento è inoltre parte attiva nel fornire strumenti di orientamento utili all'ingresso nel modo lavorativo, anche grazie a un'intensa attività di *placement* (tra il 2010 e il 2015 sono stati attivati contatti, tirocini e stage con 1230 tra aziende, organizzazioni pubbliche o non profit; solo nell'ultimo anno sono 388 i tirocini e gli stage e 195 le nuove convenzioni)

Auspichiamo che con gli studenti si costruisca una comunità culturale che vada oltre lo studio quotidiano, ma che possa arricchirsi dalla varietà delle proposte culturali formulate grazie al mutuo accrescimento tra saperi in costruzione e docenti, come guide grazie alle quali percorrere la strada della formazione, condividendo difficoltà ed entusiasmi. La nostra proposta, quindi, si rivolge a chi vuole investire in un campo accademico relativamente giovane ma non evanescente.

Ci accompagneremo a vicenda in un viaggio nel quale la cultura non è solo il faro raggiungibile alla fine del percorso formativo, un punto d'arrivo cristallizzato: nella formazione è importante il percorso e non solo la meta. Cerchiamo studenti che vogliano condividere con noi questo pezzo di strada.

Prof. Mario Morcellini, Prof. Bruno Mazzara



CORSI DI LAUREA 2016-2017

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, competenze 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) <i>oppure</i> 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/011)	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
Filosofia e scienza politica (IUS/20)	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

www.coris.uniroma1.it/impresa1617

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 che di ultima generazione, con particolare riferimento alla comunicazione digitale;
- conoscere le possibili 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
Scienza della politica (SPS/04)	6
Fondamenti di economia politica (SECS-P/01)	6
Sociologia dell'ambiente e del territorio (SPS/10) <i>oppure</i> Sociologia dell'organizzazione (SPS/09)	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
Letteratura, arte e comunicazione (SPS/08) <i>oppure</i> 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
www.coris.uniroma1.it/tecnologie1617
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
Elementi di sociologia politica (SPS/11) <i>oppure</i> 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> Diritto pubblico (IUS/09)	9
Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01)	6
Economia politica (SECS-P/01)	9
Geografia e rappresentazioni del potere (M-GGR/02)	9
Lingua inglese (L-LIN/12)	6
Totale	57

II anno	Cfu
Economia dello sviluppo – Microeconomia e finanza etica (SECS-P/01)	9
Politica economica internazionale (SECS-P/02)	9
Diritto pubblico comparato (IUS/21)	9
Lingua francese (L-LIN/04) <i>oppure</i> Lingua spagnola (L-LIN/07)	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
Antropologia della cooperazione internazionale e dei processi di sviluppo (M-DEA/01)	9
Tecnologie alimentari e nutrizione nei PVS – Merceologia degli alimenti (SECS-P/13)	9
Soft Skills*	3
Attività a scelta dello studente	12
Tirocini, stage	2
Prova finale	4
Totale	66

* 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

Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti

Sede amministrativa Dipartimento CORIS

www.coris.uniroma1.it/Cooperazione1617

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

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 studies - Laboratorio di social media management (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 di 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
Laboratorio tesi di laurea*	3
Stage	3
Prova finale	15
Totale	63

Il anno - Indirizzo Giornalismo**Cfu**

Giornalismo radiotelevisivo - Laboratorio radiotelevisivo (SPS/08)	9
Giornalismo internazionale (SPS/08)	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)	6
Laboratorio tesi di laurea*	3
Stage	3
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
Sede amministrativa Dipartimento CORIS
www.coris.uniroma1.it/Media1617
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
Social media management (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) 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	3
Laboratorio di inglese specialistico*	3
Laboratorio tesi di laurea*	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
Sede amministrativa Dipartimento CORIS
www.coris.uniroma1.it/Organizzazione1617
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 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

Il anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit (LM/59)	Cfu
Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE (IUS/08) <i>oppure</i> Filosofia delle istituzioni politiche (IUS/20)	9
Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) <i>oppure</i> Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
Gestione e comunicazione degli eventi (SPS/08)	6
Social media management (SPS/08) <i>oppure</i> 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 + Laboratorio propedeutico	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.

Classi LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità e LM-88, lauree in Sociologia e ricerca sociale
 Sede amministrativa Dipartimento CORIS
www.coris.uniroma1.it/Valutazione1617
 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 tre indirizzi altamente caratterizzanti, volti a coniugare conoscenza specialistica e formazione operativa:

- Indirizzo Socio-politico-istituzionale;
- Indirizzo Economico;
- Indirizzo "Economics for Development".

Al primo anno, comune a tutti gli indirizzi, sono previsti, 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 Istituzionale - Indirizzo 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 - Impresa cooperativa nella 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 – Laboratorio di progettazione per la cooperazione (SPS/04) <i>oppure</i> Comparative politics (SPS/04)	9
Popolazione e sviluppo (SECS-S/04) <i>oppure</i> Metodi di analisi economica per i problemi dello sviluppo - Laboratorio de metodos de analisis de los problemas del desarrollo (SECS-S/03) <i>oppure</i> Population and development (SECS-S/04)	9
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

Il anno - Indirizzo Socio Politico Istituzionale **Cfu**

Politiche sociali per la cooperazione (SPS/07) <i>oppure</i> Comunicazione e culture delle religioni (SPS/08)	6
Sistemi sociali e politici dell'Africa contemporanea (SPS/13) <i>oppure</i> Storia dell'Eurasia (M-STO/03) <i>oppure</i> Storia dell'America Latina (SPS/05)	9
Sociologia dell'ambiente (SPS/10) <i>oppure</i> Sociologia del welfare, mercato del lavoro (SPS/09)	6
Geografia e governance dei processi di sviluppo (M-GGR/02) <i>oppure</i> Processi di democratizzazione (IUS/21)	6
Laboratorio di inglese specialistico*	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

Il anno - Indirizzo Economico **Cfu**

Biotechnologie e sviluppo sostenibile (SECS-P/13)	6
Politica agricola internazionale (AGR/01)	9
Management delle fonti energetiche (SECS-P/13) <i>oppure</i> Storia economica globale (SECS-P/12)	6
Diritto internazionale dello sviluppo (IUS/13) <i>oppure</i> Diritto costituzionale multilivello dell'economia (IUS/08)	6
Laboratorio di inglese specialistico*	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

Il anno - Indirizzo Economics for Development**Cfu**

Humanitarian affairs (IUS/13)	6
Growth economics – Fundraisin 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

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

Classe LM-81, lauree in Scienze della cooperazione allo sviluppo
Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti
Sede amministrativa Dipartimento CORIS
www.coris.uniroma1.it/Sviluppo1617
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 delle 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*



SORT - SERVIZI 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 (1° piano, box di fronte all'aula B7)

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

LABCOM - LABORATORIO DI COMUNICAZIONE

Il Labcom si occupa della progettazione e gestione dei servizi web utili alla didattica e alla ricerca. Al suo interno è stato sviluppato DOS (Didattica, Orientamento, Servizi), un sistema che consente l'interazione tra docenti e studenti. Con DOS i professori gestiscono un loro spazio news, inseriscono il materiale didattico e inviano mail agli iscritti ai loro insegnamenti. Gli studenti possono registrarsi ai corsi, richiedere crediti formativi e gestire la tesi di laurea. Inoltre, garantisce agli uffici e alle segreterie l'accesso a procedure automatizzate per l'amministrazione di alcune pratiche burocratiche (assegnazione cfu per stage, tirocini, elenco laureandi e laureati, etc.).

Si occupa inoltre del magazine MediaPeriscope www.mediaperiscope.it e del Social Media Management curando gli account Facebook, Twitter, Instagram, YouTube del Dipartimento.

www.coris.uniroma1.it/labcom-laboratorio-di-comunicazione

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

MEDIALAB

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

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/corislabs

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

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 35mila volumi italiani e stranieri e oltre 400 periodici, mette a disposizione degli studiosi e degli studenti un'importantissima raccolta di opere che approfondiscono soprattutto le tematiche della Sociologia della comunicazione, della Sociologia dei consumi, dei New Media, della Comunicazione pubblicitaria e del Marketing, delle Tecnologie e media digitali, della Metodologia della Ricerca e molte altre della Sociologia, dell'Antropologia e dell'Etnologia. Il catalogo della biblioteca è consultabile direttamente in rete. È dotata di due sale di lettura, una da 20 posti adiacente la Biblioteca stessa ed una da 40 posti adiacente il Centro Congressi.

www.coris.uniroma1.it/biblioteca Per informazioni: biblio_coris@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 388 tirocini e stage e 195 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

SERVIZI RIVOLTI AGLI STUDENTI CON DISABILITÀ

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. Via Salaria 133 (2° piano, stanza 213). T (+39) 06.49918458

Delegato: Ivetta Ivaldi. ivaldiivetta@tiscalinet.it, ivetta.ivaldi@uniroma1.it

T (+39) 3389222952 Ricevimento: mercoledì, ore 16-18

UFFICIO TESI DI LAUREA

L'Ufficio tesi di laurea 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.

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

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-attivita-didattiche-integrative, cadisdc@gmail.com



LEZIONI

PRIMO SEMESTRE: da lunedì 26 settembre a sabato 17 dicembre 2016.

L'attività didattica sarà sospesa lunedì 31 ottobre 2016 e venerdì 9 dicembre 2016.

SECONDO SEMESTRE: da lunedì 20 febbraio a sabato 27 maggio 2017

L'attività didattica sarà sospesa dal 13 al 18 marzo 2017 compresi (per consentire lo svolgimento delle tesi di laurea) e dal 13 al 19 aprile 2017 compresi (per le festività pasquali)

ESAMI

Da lunedì 9 gennaio 2017 a sabato 18 febbraio 2017

3 appelli per tutti i corsi erogati fino all'a.a. 2015/2016 e per tutte le materie i cui corsi si siano svolti nel primo semestre dell'a.a. 2016/2017

Da lunedì 5 giugno a venerdì 28 luglio 2017 (Sessione estiva):

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2016-2017

Da venerdì 1 settembre a sabato 16 settembre 2017 (Sessione autunnale):

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2016/2017

Sessioni laureandi e di recupero: dal 6 aprile al 3 maggio 2016 e dal 24 ottobre al 19 novembre 2017.

Solo per alcune tipologie di studenti: vedi apposite comunicazioni su www.coris.uniroma1.it.

SESSIONI DI LAUREA

Sessioni valide per tutti gli ordinamenti

dal 13 al 18 marzo 2017 (anticipo Sessione estiva 2016/2017)

dal 10 al 22 luglio 2017 (Sessione estiva 2016/2017)

dal 10 ottobre al 20 ottobre 2017 (Sessione autunnale 2016/2017)

dall'11 dicembre 2017 al 27 gennaio 2018 (Sessione invernale 2016/2017)

Ultima sessione utile per laurearsi nell'a.a. 2016/2017. Le sedute per le triennali si terranno nel mese di dicembre.



La sede del Coris (Uffici, studi docenti, laboratori, biblioteche, aule) è in Via Salaria 113. Alcuni studi docenti e attività di ricerca sono ubicate in Corso Italia 38/A. Le lezioni si tengono presso:

Aule via Salaria 113: Aula Magna, Aula Oriana, Aula Alfa, Aule B9, B10, 201, Aula Mauro Wolf, Aula Master, Aula Consiglio, Aula Fongoli (c.so Italia 38/A)

Aule Città Universitaria, p.le Aldo Moro 5: Aula P2, Aula P3 D, Aula Caglioti, Aula Cabibbo, Aule Blu 1, Blu 2, Blu 3, Blu 4, Blu 5.

Per ogni corso di laurea le lezioni si tengono presso una stessa sede. www.coris.uniroma1.it/strutture/aule



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.

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

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)

Segrstudenti.comunicazione@uniroma1.it

