



comunicazione pubblica ed **'impresa** e comunicazione **tecnologie** e culture digitali **cooperazione** internazionale e sviluppo **comunicazione** valutazione e **ricerca sociale** per le organizzazioni **media** comunicazione **giornalismo** organizzazione **marketing** per la comunicazione d'impresa **scienze** dello **sviluppo** e della **cooperazione internazionale** e comunicazione **scientifico** e bio-medica **design** comunicazione **visiva** e **multimediale**

DIPARTIMENTO
DI COMUNICAZIONE
E RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Studiare al Coris

Manifesto 2014-2015

INDICE

Apertura

Società e Comunicazione. Le ragioni di uno studio scientifico di <i>Mario Morcellini</i>	2
---	---

Lauree triennali

Comunicazione pubblica e d'impresa	6
Comunicazione, tecnologie e culture digitali	9
Cooperazione internazionale e sviluppo	12

Lauree magistrali

Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni	16
Media, comunicazione digitale e giornalismo	20
Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa	23
Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale	25
Comunicazione scientifica biomedica	29
Design, comunicazione visiva e multimediale	29

Offerta post-lauream	30
---------------------------------------	----

Strutture e servizi	30
--------------------------------------	----

Sedi e aule	32
------------------------------	----

Calendario didattico	32
---------------------------------------	----

Informazioni e orientamento - SOrT	7
Tutor	10
Unimonitor.com	11
Segreterie	14
Corsi interclasse	19

scopri cosa dicono gli studenti

Su www.coris.uniroma1.it/video trovi il video di presentazione del CORIS.
Protagonisti gli studenti e i follower di **@CorisSapienza**
che hanno risposto su Twitter con **#ILIKECORIS**

Il Manifesto degli Studi è per definizione un lavoro collettivo che ha visto impegnati soggetti istituzionali, collaboratori e studenti. In particolare, si ringraziano: il Direttore Mario Morcellini (ideazione del progetto); Marco Bruno e Raffaele Lombardi (coordinamento editoriale); Stefania Di Mario (responsabile della comunicazione); Simone Bonini (progettazione grafica e impaginazione); Fabio Stefano Alla, Moira Colantoni (copertina). I testi sono stati redatti dai componenti della Commissione Orientamento e Tutorato del CORIS.

Società e Comunicazione. Le ragioni di uno studio scientifico

Nella tradizione degli studi in Comunicazione, l'innovazione dei saperi rappresenta un messaggio tutt'altro che retorico. La storia della nostra comunità scientifica rende conto di una sorprendente capacità di anticipare i tempi, dimostrando fino a che punto, nell'Università contemporanea, la partecipazione alla *rete* globale dei saperi e la sperimentazione continua siano due dimensioni irrinunciabili, sottese alla quotidiana attività didattica, culturale e di ricerca portata avanti da un *network* di docenti universitari. In un clima segnato da una forte crisi reputazionale e di immagine del sistema universitario, diversi indizi dimostrano che invece anche la comparazione con l'estero ci vede tutt'altro che perdenti. Il confronto con il panorama accademico di altri paesi risulta infatti propizio, essendo i *media studies* largamente riconosciuti dalla comunità scientifica mondiale e presenti nelle più importanti università estere. Di fatto, la formazione accademica alla Comunicazione rappresenta un elemento di modernità irrinunciabile, tanto più in un Paese che alterna impressionanti momenti di innovazione ad arretratezze conclamate, soprattutto ancestralmente riemerse al tempo della crisi economica.

In una società iper-complessa e che cambia a velocità accelerata, gli studi in Comunicazione e Ricerca Sociale sono investiti di un compito tutt'altro che irrilevante: quello di mettere in trasparenza la direzione e il significato profondo dell'innovazione sociale, al di là della visibilità congiunturale dei cambiamenti o della loro celebrazione puramente retorica. Ma anche quello di preparare *professioni cardinali della modernità e della post-modernità*, nell'obiettivo di rendere più competente e tecnicamente specifica la preparazione culturale dei professionisti e delle classi dirigenti del nostro paese. Investendo sulla dimensione critica dei saperi, l'Università deve tornare a scommettere con convinzione sulla competitività degli studi umanistici e delle scienze politiche e sociali. Restiamo fermamente convinti che la strada maestra, per il futuro, si confermi quella della contaminazione fra i saperi. Del resto, è bene ricordare che, nell'irriducibile vocazione interdisciplinare che caratterizza le radici stesse degli studi di Comunicazione, convergono sensibilità e saperi provenienti da una pluralità di 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.

Insieme all'interdisciplinarietà, l'offerta formativa del CORIS ha inoltre puntato a caratterizzarsi, da sempre, per la valorizzazione di un equilibrio fecondo tra *ricerca, saperi scientifici e specializzazioni professionali mirate*.

Più analiticamente, occorre riconoscere ai nostri curricula il coraggio di rinnovare i linguaggi della formazione a partire da alcuni punti di forza: il ruolo strategico delle discipline della tradizione; il valore del *mix* di saperi e dell'interdisciplinarietà; l'obiettivo di formare prioritariamente una *forma mentis* e un metodo di apprendimento (*saper sapere*) lungo tutta la vita; lo studio come viaggio e come *anabasi* che prevede continui attraversamenti tra formazione, lavoro ed esperienza vissuta.

Ma quale esperienza si prepara, di fatto, per uno studente che scelga di studiare al Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale?

In primo luogo, significa sottoporsi a una rete di opportunità assolutamente variegata di stimoli culturali. Non a caso, più che in passato la formazione e la cultura diventano elementi di riduzione dell'incertezza, di inclusione di saperi forti utili a decifrare e mettere in priorità il cambiamento sociale, depurandolo dai nuovismi e dagli eccessi di modernariato.

In secondo luogo, lo studente che scelga di studiare al CORIS si trova di fronte un'istituzione formativa assetata di tradizione e consapevole, oggi più che mai, del valore della sua pur giovane storia ed "eredità" disciplinare; una Università nel cui modello formativo, al tempo stesso, può dirsi ormai compiuta una radicale innovazione: di fatto, il cambiamento di paradigma – *lo studente al centro* – è per i docenti più lungimiranti una realtà di fatto, non un progetto per il futuro. L'esperienza ci ha infatti dimostrato che, *come formatori alla Comunicazione, ci è possibile garantire solo le performance degli allievi che scelgano di scrollarsi di dosso la pigrizia, l'opportunismo, la passività dell'apprendimento tradizionale, e che siano invece interessati a mettersi in gioco, a divenire parte attiva dei processi formativi e della loro innovazione.*

Da tutte queste premesse muove la definizione di un'offerta formativa specifica presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CORIS), istituito alla Sapienza all'inizio del 2010 in continuità con la tradizione della prima Facoltà statale di Scienze della Comunicazione in Italia. I percorsi formativi mettono in rilievo il ruolo dei media e delle tecnologie, ma non si esauriscono in essi, nella consapevolezza che l'oggetto di studio è ben più ampio e abbraccia la pluralità delle piattaforme espressive e di interazione volte a definire il tessuto odierno delle relazioni sociali. Secondo le indagini realizzate da *AlmaLaurea*¹ e gli studi dell'Osservatorio Unimonitor (vedi box p. 11), gli ambiti professionali che più soddisfano le attese dei neolaureati sono quelli del marketing, della pubblicità e della comunicazione d'impresa, seguiti dalla redazione di contenuti per l'editoria *on* e *off line*. Circa la metà di quanti operano nella comunicazione si colloca nell'area pubblica e aziendale, e quasi un terzo nell'editoria radiotelevisiva e multimediale.

¹ AlmaLaurea, *XV Indagine sulla condizione occupazionale dei laureati 2013*, www.almaalaura.it.

Siamo convinti che occorra interrogarsi di più su come i giovani d'oggi guardano il mondo. Da qui è possibile ripartire per rivendicare sia la modernità degli studi in Comunicazione sia, più in generale, una riapertura di futuro per la ricerca e per le scienze sociali e per la loro pretesa di essere protagonisti e interfacce del cambiamento contemporaneo. Affinché un'autentica apertura alla "società della conoscenza" riesca finalmente a scalzare, nel nostro Paese, la più tradizionale "società delle conoscenze" (e, dunque, il mortificante retaggio del familismo in tutte le sue varianti) a tutt'oggi condizionante l'accesso dei giovani al mercato del lavoro e delle professioni cognitive. Questa consapevolezza suggerisce, soprattutto, che è giunto il momento di concentrare l'attenzione sul nodo critico legato all'essere giovani nella nostra società: significa vivere questa congiuntura epocale, segnata dal precariato e dalla reclusione degli orizzonti di futuro, scommettendo su un campo accademico ancora relativamente giovane. Quando ci si muove in un settore disciplinare ancora giovane, è soprattutto evidente il tributo che si paga alla necessità di aggiornare obiettivi formativi e *curricula*. È una sfida decisiva per ribadirci interpreti, nel presente, della domanda di cultura che ci viene dai nostri interlocutori sociali e, in particolare, dai tanti giovani e dalle loro famiglie che continuano a investire con fiducia il proprio futuro nella formazione. Per usare una metafora che ci è cara, ci sentiamo all'inizio di un nuovo "viaggio". Il che serve anche a sfatare la convinzione che la cultura – ovvero la possibilità di basare la propria vita sul sapere, sul "gusto" della conoscenza – costituisca un obiettivo lontano, da raggiungere solo alla fine del percorso formativo; e che, in ogni caso, essa rappresenti un punto d'arrivo, a cui si giunge una volta per tutte. Al contrario, occorre convincersi che *nella formazione vale il percorso, e non solo la meta*; e la verità di questo assunto accomuna allievi e docenti. Da sempre, siamo abituati a condividere con gli studenti una molteplicità di proposte e stimoli culturali: un "viaggio" in cui i docenti possano rappresentare non già dei pari, ma preziose guide con le quali affrontare il percorso formativo, le sue difficoltà e le tappe più entusiasmanti. E credo che, nei nostri corsi di laurea, l'invito alla responsabilità e all'impegno debba richiamare studenti e docenti soprattutto alla consapevolezza che la Comunicazione abbia a che fare, di fatto, con la testa e con il cuore degli attori contemporanei: per usare una frase riassuntiva, anche se apparentemente fuori moda, la Comunicazione ha a che fare con l'*anima* delle persone.

Prof. Mario Morcellini
Direttore del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

L'offerta formativa LAUREE TRIENNALI

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.

Corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA

www.coris.uniroma1.it/impresa

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione pubblica e d'impresa forma laureati dotati di un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici nell'area dei processi culturali e della comunicazione organizzativa, finalizzati alla formazione di base di professionisti con competenze nei settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit.

Il Corso di laurea offre una formazione di base per la figura professionale di "comunicatore d'impresa e pubblico", prevista nell'ambito delle organizzazioni pubbliche e private.

I laureati in Comunicazione pubblica e d'impresa devono dimostrare di possedere:

- conoscenze dei modelli e processi comunicativi, delle tecniche di informazione, nonché adeguate competenze metodologiche per elaborarli e utilizzarli;
- fondamenti disciplinari indispensabili alla comprensione del funzionamento delle organizzazioni pubbliche e private;
- abilità professionali nel campo della comunicazione e della pubblicità nelle imprese, nelle organizzazioni pubbliche e dell'area non profit, nonché nelle agenzie di comunicazione;
- conoscenza di due lingue straniere e proprietà di linguaggio e di scrittura della lingua italiana, acquisite anche attraverso attività laboratoriali.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Comunicazione pubblica e d'impresa potranno svolgere attività professionali nelle agenzie pubblicitarie, nell'area marketing e comunicazione, nell'area delle relazioni pubbliche di aziende private, della Pubblica Amministrazione e del non profit, e in ogni altro settore nel quale risulti centrale la comunicazione applicata alle organizzazioni. Essi potranno ricoprire ruoli professionali negli uffici relazioni con il pubblico e nelle altre strutture preposte alla comunicazione, secondo quanto previsto dalla Legge 150/2000 che stabilisce le direttive generali per la definizione dei profili professionali dei comunicatori pubblici.

I **profili professionali** individuati, che tengono conto dei criteri di classificazione Istat, sono i seguenti:

- Tecnico di marketing e management turistico
- Tecnico di marketing nelle aziende di pubblicità
- Tecnico di marketing operativo
- Tecnico di marketing strategico
- Account pubblicitario
- Art-buyer nelle agenzie di pubblicità
- Esperto di promozione turistica
- Producer pubblicitario
- Programmatore di pubblicità
- Responsabile della comunicazione sociale
- Tecnico di sponsorizzazioni
- Tecnico pubblicitario
- Tecnici della produzione di servizi
- Supervisore delle attività di customer care

Altri profili professionali, non previsti dalla classificazione Istat, sono i seguenti:

- Collaboratori alle attività di analisi di mercato
- Collaboratori alla creazione e redazione di testi pubblicitari
- Collaboratori dei consulenti di immagine

Il Corso prepara inoltre alle professioni di (specifiche classificazioni Istat):

- (3.1.5.5.0) Tecnici della produzione di servizi
- (3.3.1.3.2) Intervistatori e rilevatori professionali
- (3.3.3.6.1) Tecnici della pubblicità

INFORMAZIONI E ORIENTAMENTO

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.

Responsabile scientifico: Marco Bruno. Responsabile amministrativo: Adriano Perri.

SOrT – Servizio Orientamento e Tutorato: Via Salaria 113 (1° piano, box di fronte all'aula B7)

Orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 10.00 - 13.00 e dalle 14.00 - 17.00,

T (+39) 06.49918388

www.coris.uniroma1.it/sort, sortsdc@uniroma1.it

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
Sociologia della comunicazione (SPS/08)	6
Storia contemporanea e storia dei partiti e dei movimenti (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale della comunicazione (M-PSI/05)	9
Diritto privato e della comunicazione (IUS/01)	9
Informatica e tecnologie della comunicazione digitale (INF/01)	9
Laboratorio di scrittura e cultura della comunicazione *	3
Lingua inglese *	5
Totale	65

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 spagnola *	4
Totale	58

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
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Pubblica amministrazione e sviluppo locale (M-GGR/02) o Filosofia e scienza politica (IUS/20)	6
Attività a scelta dello studente	12
Prova finale	9
Totale	57

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE, TECNOLOGIE E CULTURE DIGITALI

www.coris.uniroma1.it/tecnologie

Classe L-20, lauree in Scienze della Comunicazione

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione, tecnologie e culture digitali forma laureati in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, dotati di specifiche competenze nell'area delle tecnologie digitali, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale (stampa, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, media digitali).

I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali, in particolare, devono dimostrare di possedere:

- competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati;
- consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico;
- abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività redazionali, acquisite anche attraverso attività laboratoriali;
- conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali che di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità;
- conoscenza di due lingue straniere e proprietà di linguaggio e di scrittura della lingua italiana, acquisite anche attraverso attività laboratoriali.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali potranno svolgere compiti professionali nei diversi ambiti dell'industria culturale (giornali, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media) e nel settore dei beni e consumi culturali (eventi, spettacoli, musica, moda, turismo).

In particolare, potranno essere 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.

I **profili professionali** individuati, che tengono conto dei criteri di classificazione Istat, sono i seguenti:

- Tecnico del web marketing
- Addetto alle relazioni pubbliche, public relations executive
- Intervistatori e rilevatori professionali
- Supervisore di call center, supervisore di help desk, tecnico della gestione dei servizi nei call center

Altri profili professionali, non previsti dalla classificazione Istat, sono i seguenti:

- Assistente di 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

Il Corso prepara alle professioni (specifiche classificazioni Istat) di:

- (3.1.5.5.0) Tecnici della produzione di servizi
- (3.3.1.3.2) Intervistatori e rilevatori professionali
- (3.3.3.5.0) Tecnici del marketing
- (3.3.3.6.2) Tecnici delle relazioni pubbliche

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Sociologia dei processi culturali (SPS/08)	6
Sociologia della comunicazione (SPS/08)	6
Storia contemporanea e della comunicazione (M-STO/04)	9
Fondamenti di scienze sociali (SPS/07)	9
Psicologia sociale 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
Laboratorio di scrittura e cultura della comunicazione *	3
Lingua inglese *	5
Totale	65

Tutor

Per ogni Corso di laurea è prevista la figura del tutor, cui gli studenti possono rivolgersi per chiedere chiarimenti sugli aspetti didattico-scientifici dell'offerta formativa e consigli sull'organizzazione del percorso di studio tra lezioni, esami, attività a scelta e stage.

I tutor dei diversi Corsi sono consultabili alla pagina www.coris.uniroma1.it/areedidattiche.

II anno	Cfu
Teorie della comunicazione e dei nuovi media (SPS/08)	9
Scienze semiotiche del testo e dei linguaggi (M-FIL/05)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Metodologia della ricerca sociale (SPS/07) o 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
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sociologia dell'ambiente e del territorio (SPS/10) o Sociologia dell'organizzazione (SPS/09)	6
Lingua spagnola *	4
Totale	55

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
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Teoria e tecniche della televisione (SPS/08), Storia della radio e della televisione (L-ART/06) o Linguaggi e formati del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08)	9
Market driven management (SECS-P/08)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01), Letteratura, arte e comunicazione (SPS/08) o Analisi sociale della metropoli (SPS/08)	6
Attività a scelta dello studente	12
Prova finale	9
Totale	60

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

UNIMONITOR.COM

Osservatorio su formazione e lavoro nel campo della comunicazione

UNIMONITOR.COM monitora andamenti e opportunità occupazionali dei laureati in Comunicazione. In particolare, i dati Unimonitor offrono un fondamento strategico in ambito di programmazione dell'offerta formativa, nonché nelle azioni di orientamento al mercato e di placement., coerentemente con gli skill professionali richiesti dal mercato delle professioni comunicative. Di anno in anno, le indagini su aspettative e sbocchi occupazionali dei neolaureati hanno confermato la natura professionalizzante del percorso di studio.

Direzione: Mario Morcellini. Responsabile scientifico: Barbara Mazza. Via Salaria 113, T (+39) 06.49918327, www.unimonitor.it

Corso di laurea triennale interfacoltà in COOPERAZIONE INTERNAZIONALE E SVILUPPO

www.coris.uniroma1.it/cooperazione

Classe L-20, lauree in Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti. Sede amministrativa
Dipartimento CORIS

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso offre una preparazione che consente di gestire le politiche per la cooperazione e lo sviluppo, con particolare attenzione agli aspetti istituzionali e socioculturali.

Il corso si caratterizza per un'offerta formativa spiccatamente interdisciplinare e fornisce una conoscenza approfondita delle metodologie finalizzate all'elaborazione di programmi e progetti per la pace e per la cooperazione multi e bilaterale.

Fornisce altresì le seguenti competenze di base:

- adeguata conoscenza nell'area delle discipline demo-etno-antropologiche, dello sviluppo e del mutamento sociale e politico;
- familiarità con i fenomeni di globalizzazione dell'economia, con le dinamiche interculturali e con le componenti antropologiche, sociali, culturali e istituzionali dello sviluppo;
- conoscenza avanzata della lingua inglese e, alternativamente, del francese o dello spagnolo;
- capacità di utilizzare gli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Ambiti occupazionali previsti

I laureati in Cooperazione internazionale e sviluppo potranno svolgere attività professionali nella Pubblica Amministrazione, presso le organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, nonché presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale fra paesi a diverso grado di sviluppo. Potranno altresì operare in attività di consulenza e progettazione specializzata, nonché accedere a lauree magistrali e a percorsi formativi avanzati nel campo delle scienze sociali.

I **profili professionali** individuati sono i seguenti:

- Agente di sviluppo locale
- Consulente di sviluppo locale
- Esperto in programmazione nazionale
- Collaboratore di agenzia di stampa
- Addetto all'ufficio stampa
- Preparatore di bandi
- Addetto alla redazione di testi informativi

Articolazione del percorso formativo - 180 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Istituzioni di sociologia e comunicazione (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia contemporanea (M-STO/04) o Storia della modernizzazione (M-STO/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia delle dottrine politiche (SPS/02) o Diritto pubblico (IUS/09)	9
Etnologia e antropologia culturale (M-DEA/01)	6
Economia politica (SECS-P/01)	9
Geografia (M-GGR/01)	9
Lingua inglese (L-LIN/12)	6
Totale	57

II anno	Cfu
Economia dello sviluppo (SECS-P/01)	9
Economia politica internazionale (SECS-P/01)	9
Diritto pubblico comparato base (IUS/21)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Lingua francese (L-LIN/04) o Lingua spagnola (L-LIN/07)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Scienza della politica (SPS/04) o Sociologia delle istituzioni e del mutamento (SPS/07)	6
Diritto internazionale (IUS/13)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Analisi dei movimenti migratori (SECS-S/04), Demografia (SECS-S/04) o Metodi di analisi dei sistemi economici (SECS-S/03)	9
Totale	57

III anno	Cfu
Un insegnamento a scelta tra Storia delle relazioni internazionali (SPS/06) o Nazionalismi e minoranze nazionali in Europa (M-STO/03)	9
Un insegnamento a scelta tra Storia dell'Europa orientale (M-STO/03)	9
Nuove tecnologie e relazioni internazionali (INF/01)	
Un insegnamento a scelta tra Geografia dello sviluppo (M-GGR/02) o Strategie per la cooperazione (M-GGR/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Psicologia sociale e della comunicazione (M-PSI/05) o Sviluppo sostenibile e capitale umano (M-DEA/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Tecnologie alimentari e nutrizione nei PVS (SECS-P/13), Politiche e strumenti per lo sviluppo (SECS-P/06) o Agricoltura e sviluppo del territorio (AGR/01)	9
International organizations and development *	3
Attività a scelta dello studente	12
Tirocini, stage	2
Prova finale	4
Totale	66

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

SEGRETERIE

Segreteria Didattica per i corsi del CORIS

Fornisce chiarimenti su offerta formativa, percorsi formativi, cambi di ordinamento, passaggi da un Corso di laurea ad un altro, trasferimenti e riconoscimento esami, part time.

Per i Corsi di laurea triennale e quinquennale (vecchi ordinamenti):

Maria Teresa Brandimarte (teresa.brandimarte@uniroma1.it),

Claudia Lucrezio Monticelli (claudia.lucrezio@uniroma1.it).

Per i Corsi di laurea magistrale: www.coris.uniroma1.it/segreteria,
magistralcoris@uniroma1.it. Sabina Perelli, Massimo Grieco.

Segreteria Studenti per i corsi del CORIS

È il riferimento per tutte 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: Via Principe Amedeo 184 (primo piano), Responsabile: Ivana Delle Grotti,
www.coris.uniroma1.it/amministrativa, sgrstudenti.comunicazione@uniroma1.it

L'offerta formativa LAUREE MAGISTRALI

MODALITÀ D'ACCESSO

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.

Corso di laurea magistrale in COMUNICAZIONE, VALUTAZIONE E RICERCA SOCIALE PER LE ORGANIZZAZIONI

www.coris.uniroma1.it/valutazione

Classe LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità, e LM-88, lauree in Sociologia e ricerca sociale

Obiettivi formativi e competenze

La laurea magistrale biclasse in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni si fonda su un percorso formativo integrato volto a coniugare competenze relative alla progettazione e alla gestione dei processi comunicativi con quelle di monitoraggio e valutazione, nell'ambito delle organizzazioni pubbliche, private e del non profit. Le competenze sono orientate allo svolgimento esperto delle seguenti attività:

- analisi di sistemi complessi, nelle diverse componenti strutturali e culturali, e dei modelli organizzativi, normativi e comunicativi che li caratterizzano;
- analisi dei modelli di *governance* e dei processi di comunicazione e partecipazione politica;
- progettazione, coordinamento e realizzazione di indagini empiriche, in particolare di ricerche applicate al monitoraggio e alla valutazione di programmi, di politiche pubbliche, di specifici progetti, interventi, azioni;
- progettazione, coordinamento e gestione di piani e servizi di comunicazione, di campagne, di eventi di sponsorizzazione per le organizzazioni pubbliche e non profit.

Al momento dell'iscrizione, gli studenti devono indicare la classe di laurea nella quale intendono conseguire il titolo magistrale:

LM-59 - **Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit;**

LM-88 - **Valutazione e ricerca sociale applicata.** I due percorsi di specializzazione condividono alcuni insegnamenti comuni, per un totale di 60 cfu, prevalentemente collocati nel primo anno di corso, al termine del quale l'opzione inizialmente effettuata può essere modificata.

Profili professionali e ambiti occupazionali previsti

La laurea magistrale biclasse in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni forma figure professionali con competenze avanzate di progettazione, gestione e coordinamento delle attività di comunicazione, ricerca e valutazione per le organizzazioni.

Più specificatamente, i laureati di questa magistrale potranno ricoprire i seguenti profili professionali della classificazione Istat:

- (2.5.1.1.1) Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione
- (2.5.1.2.9) Specialisti del controllo nella Pubblica Amministrazione
- (2.5.3.2.1) Sociologo
- (2.5.1.6.0) Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate
- (2.5.4.1.3) Redattori di testi per la pubblicità

E i seguenti ruoli non previsti nella classificazione Istat:

- 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

Tali profili possono trovare 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.

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit		Cfu
Teoria dell'azione e della decisione (SPS/07)		9
Comunicazione sociale e progettazione delle campagne di comunicazione integrata - Laboratorio di progettazione degli strumenti per la valutazione delle campagne (SPS/08 - SPS/07)		12
Teorie e pratiche della valutazione - Laboratorio di ricerca valutativa (SPS/07)		9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Governo locale e valutazione delle politiche pubbliche (SPS/11) o Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali (SPS/11)		6
Laboratorio di inglese specialistico *		3
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE (IUS/08) o Filosofia delle istituzioni politiche (IUS/20)		9
Attività a scelta dello studente		9
Totale		57

II anno - Indirizzo Comunicazione integrata per enti pubblici e non profit		Cfu
<i>(sarà attivato nell'a.a. 2015-16)</i>		
Marketing strategico (SECS-P/08)		9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) o Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)		9
Gestione e comunicazione degli eventi (SPS/08)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Social media management (SPS/08) o Comunicazione dei diritti e della cittadinanza attiva (SPS/08)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Strategie di comunicazione per pubbliche amministrazioni e non profit (SPS/08) o Relazioni istituzionali e responsabilità sociale di impresa (SPS/11)		6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>		
Diritto costituzionale italiano e istituzioni dell'UE (IUS/08) o Filosofia delle istituzioni politiche (IUS/20)		6
Metodologie qualitative per l'analisi della soddisfazione dell'utenza (SPS/07)		3
Stage		6
Prova finale + Laboratorio propedeutico		18
Totale		63

I anno - Indirizzo Valutazione e ricerca sociale applicata	Cfu
Teoria dell'azione e della decisione (SPS/07)	9
Comunicazione sociale e progettazione delle campagne di comunicazione integrata - Laboratorio di progettazione degli strumenti per la valutazione delle campagne (SPS/08 - SPS/07)	12
Teorie e pratiche della valutazione - Laboratorio di ricerca valutativa (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Governo locale e valutazione delle politiche pubbliche (SPS/11) o Comunicazione politica e analisi dei flussi elettorali (SPS/11)	6
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Strategie di ricerca sociale (SPS/07)	6
Attività a scelta dello studente	9
Totale	54

II anno - Indirizzo Valutazione e ricerca sociale applicata (sarà attivato nell'a.a. 2015-16)	Cfu
Marketing strategico (SECS-P/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Sistemi politici e istituzionali (SPS/04) o Partecipazione e comunicazione politica (SPS/04)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Modelli e pratiche di relazione interculturale (SPS/07) o Comportamenti collettivi e sostenibilità socio-ambientale (SPS/07)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i>	
Valutazione delle politiche formative - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07) o Reti sociali e stili di vita - Laboratorio di ricerca applicata (SPS/07)	9
Integrazione sociale e dinamiche psico-culturali (M-PSI/05)	6
Culture e stili dell'età secolare (M-FIL/06)	6
Stage	3
Prova finale + Laboratorio propedeutico	18
Totale	66

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

CORSI INTERCLASSE

Tra i corsi di riferimento dei CORSI quelli magistrali in Comunicazione, valutazione e ricerca sociale per le organizzazioni, in Design, comunicazione visiva e multimediale e in Comunicazione scientifica biomedica sono corsi "interclasse": prevedono, cioè, che lo studente possa laurearsi in una delle due classi del corso; la scelta viene effettuata all'atto dell'iscrizione, tuttavia, alla fine del primo anno, lo studente può modificare la propria scelta.

Corso di laurea magistrale in MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E GIORNALISMO

www.coris.uniroma1.it/media

Classe LM-19, lauree in Informazione e sistemi editoriali

MAGISTRALI

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo forma figure professionali con competenze di livello avanzato in materia di progettazione e gestione di contenuti (anche di tipo informativo) e di servizi nel campo dei media, della comunicazione digitale e del giornalismo. Si tratta di figure qualificate per lo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle aziende che operano nel settore dell'informazione e dei media.

I laureati in Media, comunicazione digitale e giornalismo devono possedere:

- un'approfondita preparazione nell'ambito dei paradigmi scientifici dei media studies e degli audience studies, insieme a conoscenze avanzate del sistema dell'informazione, delle sue regole e dei criteri di deontologia professionale;
- una specifica conoscenza dei diversi sistemi medialità dal punto di vista dello sviluppo tecnologico, dei modelli di business e delle modalità espressive, delle forme retoriche e degli stili redazionali propri di ciascun formato mediale (carta stampata, radio, televisione, on line);
- fondamentali competenze metodologiche per progettare e gestire le analisi dei pubblici e le ricerche di mercato;
- capacità preposte alla progettazione, gestione e valutazione dell'usabilità di sistemi interattivi su diversi dispositivi (pc, tv, tablet etc.), per l'elaborazione e la gestione delle informazioni negli ambienti digitali e di rete;
- abilità redazionali per la scrittura di contenuti audiovisivi, ipertestuali e informativi e conoscenze adeguate per la gestione di uffici stampa e comunicazione;
- professionalità indispensabili per l'organizzazione, la gestione e il marketing delle imprese medialità ed editoriali.

Nel secondo anno il curriculum di studio si articola in due indirizzi altamente caratterizzanti, orientati a coniugare un elevato grado di conoscenza specialistica con un'adeguata formazione operativa:

- *Indirizzo Media Studies;*
- *Indirizzo Giornalismo;*

Profili professionali e ambiti occupazionali previsti

In relazione agli obiettivi formativi specifici e alle competenze professionali maturate nel corso di studi, nei laboratori applicativi e negli stage, i laureati in Media, comunicazione digitale e giornalismo potranno ricoprire i seguenti **profili professionali** della classificazione Istat:

- (2.5.1.5.3) Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione
- (2.5.1.5.4) Analisti di mercato
- (2.5.4.1.2) Dialoghisti, soggettisti, parolieri
- (2.5.1.6.0) Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili

E i seguenti ruoli professionali non previsti dalla classificazione Istat:

- Designer dell'interazione
- Project manager (multimedia)
- Progettista di contenuti e servizi multimediali
- Social media manager
- Interactive Marketing Manager
- Programming Marketing Manager
- Professional Media buyer
- Professional Media planner
- Ideatore e adattatore di format
- Autore radiotelevisivo
- Redattore di programmi radiofonici e televisivi
- Collaboratore di agenzia di stampa, periodici e quotidiani
- Redattore di pubblicazioni online
- Gestore di servizi informativi on line
- Esperto di marketing dei sistemi informativi off line e on line
- Responsabile linee editoriali case editrici

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
Un insegnamento a scelta tra Storia e modelli del giornalismo (SPS/08) o Culture e industrie della televisione - Laboratorio sui formati e i generi televisivi (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Internet studies (SPS/08) - Laboratorio di social media management (SPS/08) o Media digitali e data journalism - Laboratorio di strumenti per il data journalism (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Analisi dell'informazione e dei pubblici (SPS/08) o Analisi e teorie della modernità (SPS/08)	6

Analisi della moda e degli stili (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Digital marketing (SECS-P/08) o Regolamentazione delle reti, privacy e proprietà intellettuale (IUS/01)	9
Laboratorio uffici stampa ed eventi *	3
Laboratorio di inglese specialistico *	3
Attività a scelta dello studente	9
Totale	57

Il anno - Indirizzo Media Studies (sarà attivato nell'a.a. 2015-16)	Cfu
Media e studi culturali - Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale (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
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Teorie del cinema e dell'audiovisivo (SPS/08) o Interfacce, contenuti e servizi per le tecnologie interattive - (ING-INF/05)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Contenuti e mercati della radiofonia (L-ART/06) o Regolamentazione dei sistemi medialti (IUS/08)	6
Semiotica dei consumi e della pubblicità (M-FIL/05)	6
Laboratorio tesi di laurea *	3
Stage	3
Prova finale	15
Totale	63

Il anno - Indirizzo Giornalismo (sarà attivato nell'a.a. 2015-16)	Cfu
Giornalismo radiotelevisivo - Laboratorio radiotelevisivo (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Giornalismo internazionale (SPS/08) o Giornalismo politico-economico (SPS/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Comunicazione politica (SPS/08) o Psicologia della politica (M-PSI/05)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Teoria e analisi del discorso giornalistico (M-FIL/05) o Linguaggio e comunicazione giornalistica (L-LIN/01)	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

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

Corso di laurea magistrale in ORGANIZZAZIONE E MARKETING PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

www.coris.uniroma1.it/organizzazione

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

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa forma figure professionali specializzate nel campo del marketing e della comunicazione d'impresa, con competenze nella gestione di strategie e strumenti di valorizzazione delle imprese, fra i quali: relazioni istituzionali, progettazione integrata di prodotti e servizi, promozione della marca, gestione delle risorse umane, programmi di sviluppo organizzativo, monitoraggio dei fabbisogni dei consumatori. I laureati in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa devono possedere:

- un'approfondita conoscenza, teorica e pratica, delle tecniche pubblicitarie e di marketing finalizzate alla realizzazione di progetti di comunicazione integrata per la promozione di prodotti e servizi;
- spiccate abilità nel coordinare, organizzare e gestire relazioni e processi comunicativi sia all'interno delle organizzazioni sia tra gli *stakeholder* del sistema d'impresa;
- elevate capacità nell'ideare ed elaborare piani e programmi per la realizzazione di progetti e per la verifica della loro fattibilità;
- competenze necessarie alla gestione integrata del *brand*, anche in relazione agli aspetti che integrano la comunicazione interna ed esterna con gli strumenti della *corporate social responsibility*;
- adeguate conoscenze metodologiche per l'elaborazione e l'uso di strumenti per la raccolta e l'analisi dei dati riguardanti fabbisogni, opinioni e comportamenti dei pubblici delle organizzazioni (utenti, consumatori, etc.).

Profili professionali e ambiti occupazionali previsti

In relazione agli obiettivi formativi specifici e alle competenze professionali maturate nel corso di studi, nei laboratori applicativi e negli stage, i laureati in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa potranno ricoprire i seguenti **profili professionali** della classificazione Istat:

- (2.5.1.2.0) Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private
- (2.5.1.3.1) Specialisti in risorse umane
- (2.5.1.5.4) Analisti di mercato
- (2.5.4.1.3) Redattori di testi per pubblicità

E i seguenti ruoli professionali non previsti dalla classificazione Istat:

- Brand manager (marketing linea di prodotti)
- Responsabile del marketing operativo
- Responsabile del marketing strategico
- Responsabile del marketing e management turistico
- Responsabile del marketing e management delle imprese sportive
- Esperto di customer satisfaction
- Responsabile delle comunicazione esterna
- Responsabile della comunicazione interna e della Intranet
- Media buyer
- Media planner
- Public relations executive e professional
- Consulente per l'immagine e la comunicazione dell'impresa
- Consulente per la formazione e la valorizzazione delle competenze
- Consulente per l'organizzazione e la gestione delle risorse umane

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

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
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistema giuridico e mercato: attività e comunicazione d'impresa (IUS/01) o Relazioni istituzionali e responsabilità sociale d'impresa (SPS/11)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Brand design - Laboratorio di progettazione dell'identità visiva (SPS/08) o Metodi statistici per le ricerche di mercato (SECS-S/05)	6
Social media management (SPS/08)	6
Attività a scelta dello studente	9
Totale	63

Il anno	Cfu
Sistemi organizzativi complessi nella società dell'innovazione - Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa d'impresa (SPS/07-SPS/09)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Marketing strategico (SECS-P/08) o Marketing avanzato (SECS-P/08)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Psicologia dei consumi e della pubblicità (M-PSI/05) o 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

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Corso di laurea magistrale interfacoltà in SCIENZE DELLO SVILUPPO E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

www.coris.uniroma1.it/sviluppo

Classe LM-81, lauree in Scienze per la cooperazione allo sviluppo

Corso erogato in collaborazione con altri Dipartimenti. Sede amministrativa

Dipartimento CORIS

Obiettivi formativi e competenze

Il Corso di laurea magistrale interfacoltà in Scienze dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale punta a fornire un'elevata professionalità nell'analisi dei fattori istituzionali e culturali e nella programmazione e gestione delle specifiche iniziative di cooperazione, indirizzate alla crescita delle società in via di sviluppo.

Il Corso, istituito dalle Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, e di Lettere e Filosofia, offre 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.

Fornisce altresì avanzate competenze necessarie per:

- l'ideazione, la redazione, l'attuazione e la direzione di programmi e progetti integrati di cooperazione allo sviluppo;

- l'applicazione dei principali metodi di monitoraggio e valutazione;
- l'utilizzo fluente, in forma scritta e orale, dell'inglese e una buona conoscenza della lingua francese, spagnola, con possibilità di accesso anche ad altre lingue;
- l'utilizzo degli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Nel secondo anno il curriculum di studio si articola in quattro indirizzi altamente caratterizzanti, orientati a coniugare un elevato grado di conoscenza specialistica con un'adeguata formazione operativa:

- *Indirizzo Socio-politico-istituzionale;*
- *Indirizzo Economico;*
- *Indirizzo Lingue per la Cooperazione;*
- *Indirizzo "Finance & Development".*

All'interno dell'indirizzo economico 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 e ambiti occupazionali previsti

I laureati in Scienze dello Sviluppo e della Cooperazione Internazionale, per la fisionomia multidisciplinare del corso, potranno svolgere funzioni dirigenziali e di elevata responsabilità nella Pubblica Amministrazione, presso le organizzazioni nazionali e internazionali, anche non governative, presso società private nel campo della cooperazione allo sviluppo, del volontariato e del terzo settore, nonché presso istituzioni educative e della cooperazione sociale e culturale fra paesi a diverso livello di sviluppo. Essi potranno altresì fornire consulenza specializzata e attività di progettazione e operare presso enti di ricerca e studio nel campo dello sviluppo umano e sociale e del capacity and institution building e/o accedere a percorsi formativi avanzati nel campo delle scienze sociali.

I **profili professionali** individuati sono i seguenti:

- Esperto scenari economici
- Esperto strategie aziendali internazionali
- Corrispondente estero
- Dirigente di organizzazione culturale
- Dirigente di organizzazione umanitaria
- Ambasciatore
- Console
- Segretario di legazione

Articolazione del percorso formativo - 120 crediti formativi universitari (Cfu)

I anno	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia contemporanea della cooperazione e dello sviluppo (M-STO/03) o Contemporary History (M-STO/04)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Pensiero politico della colonizzazione e della decolonizzazione (SPS/02) o Development and processes of colonization and decolonization (SPS/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Antropologia dello sviluppo (M-DEA/01) o Development anthropology (M-DEA/01)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Politica economica internazionale (SECS-P/02) o International economic policy (SECS-P/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Governance internazionale della cooperazione per lo sviluppo (IUS/13), Diritti umani e bioetica (IUS/13) o Human rights and EU policies (IUS/13)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Politica internazionale (SPS/04), Modelli di governance e politiche pubbliche (SPS/11) o International politics (SPS/04)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Popolazione e sviluppo (SECS-S/04), Metodi di analisi economica per i problemi dello svi- luppo - Laboratorio de metodos de analisis de losproblemas del desarrollo (SECS-S/03) o Population and development (SECS-S/04)	9
Totale	60

II anno - Indirizzo Socio Politico Istituzionale	Cfu
Modelli e pratiche di relazione interculturale (SPS/07)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistemi sociali e politici dell'Africa contemporanea (SPS/13) o Storia dell'Eurasia (M-STO/03)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Biotecnologie e sviluppo sostenibile (SECS-P/13) o Comunicazione per lo sviluppo sostenibile (SPS/10)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia delle relazioni e della cooperazione internazionale (SPS/06), Geografia e governance dei processi di sviluppo (M-GGR/02) o Sociologia del welfare, mercato del lavoro e globalizzazione (SPS/09)	6
Laboratorio di inglese specialistico*, Laboratorio di progettazione* Laboratorio della Cooperazione italiana* o Soft Skills*	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

Il anno - Indirizzo Lingue per la cooperazione internazionale	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Comunicazione e culture delle religioni (SPS/08) o Politica e società nel Caucaso meridionale - l'Azerbaijan (SPS/11)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Sistemi sociali e politici dell'Africa contemporanea (SPS/13) o Storia dell'Eurasia (M-STO/03)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Lingua francese* (L-LIN/04), Lingua spagnola* (L-LIN/07) o Lingua tedesca* (L-LIN/14)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Lingua russa** (L-LIN/21), Lingua romena** (L-LIN/17), Lingua turca** (L-OR/13), o Lingua portoghese e brasiliana** (L-LIN/09)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Idoneità di lingua turca*, Idoneità di lingua russa*, Idoneità di lingua romena* o Soft Skills*	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un' idoneità.

** È richiesto un livello di conoscenza linguistica di B1 in base al Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue

Il anno - Indirizzo Economico	Cfu
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Multilevel governance (IUS/08), Modelli di federalismo e costituzionalismo multilivello (IUS/08) o Processi di democratizzazione (IUS/21)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Politica agricola internazionale (AGR/01) o Growth Economics (SECS-P/02)	9
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Storia del pensiero economico (SECS-P/04), Management delle fonti energetiche (SECS-P/13) o Innovative technologies and sustainability (SECS-P/13)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Valutazione e finanziamento dei progetti (SECS-P/02), Valutazione di iniziative di cooperazione internazionale (SECS-P/02), Quantitative models for International economic policy (SECS-P/02) o Cooperazione e sviluppo nell'Unione Europea (SECS-P/02)	6
<i>Un insegnamento a scelta tra</i> Laboratorio di inglese specialistico*, Laboratorio di progettazione* o Laboratorio di fund-raising*	3
Attività a scelta dello studente	9
Stage in Italia o all'estero	3
Tesi di laurea	18
Totale	60

Il anno - Indirizzo Finance & Development (sarà attivato nell'a.a. 2015-16)	Cfu
Humanitarian affairs (IUS/13)	6
Growth Economics (SECS-P/02)	9
Innovative technologies and sustainability (SECS-P/13)	6
Quantitative models for international economic policy (SECS-P/02)	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

* L'insegnamento non prevede un voto in trentesimi bensì un'idoneità.

Completano l'offerta formativa magistrale altri due corsi di laurea interfacoltà, cui il CORIS partecipa, amministrati da altre Facoltà.

Corso di laurea magistrale interfacoltà in COMUNICAZIONE SCIENTIFICA BIOMEDICA

www.coris.uniroma1.it/biomedica

Classe LM-9, lauree in Biotecnologie mediche, veterinarie e farmaceutiche, e LM-59, lauree in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità. La sede amministrativa è la Facoltà di Farmacia e Medicina, pertanto per informazioni rivolgersi a questa Facoltà (www.farmaciamedicina.uniroma1.it)
Docenti di riferimento: Fabio Naro (fabio.naro@uniroma1.it), presidente, Facoltà di Farmacia e Medicina, Michaela Liuccio (michaela.liuccio@uniroma1.it), vicepresidente, Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione

Corso di laurea magistrale interfacoltà in DESIGN, COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE

www.coris.uniroma1.it/design

Classe LM-12, lauree in Design, e LM-19, lauree in Informazione e Sistemi Editoriali. La sede amministrativa è la Facoltà di Architettura, pertanto per informazioni rivolgersi a questa Facoltà. (www.architettura.uniroma1.it)
Docenti di riferimento: Francesco D'Amato (francesco.damato@uniroma1.it) Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, Carlo Martino (carlo.martino@uniroma1.it) coordinatore del Corso di Laurea
Per maggiori informazioni: SORT - Servizio Orientamento Studenti Facoltà di Architettura (sort.arc1@uniroma1.it)

L'OFFERTA POST-LAUREAM

Per un quadro esaustivo e per le informazioni e i contatti relativi all'offerta post-lauream, si veda www.coris.uniroma1.it.

I **Master**, di I e II livello, e i **Corsi di Alta Formazione** rappresentano un momento avanzato della formazione universitaria e, allo stesso tempo, uno strategico punto di contatto con il mercato del lavoro e delle professioni. Alta formazione e Master: www.coris.uniroma1.it/altaformazione, www.coris.uniroma1.it/master.

Il **Dottorato di Ricerca** rappresenta il più alto livello della formazione universitaria. Dura tre anni accademici e, per essere ammessi, occorre essere in possesso della laurea magistrale o equivalente e partecipare a un concorso pubblico. Nell'a.a. 2014-15 è attiva la Scuola di Dottorato Mediatrends. Storia, Politica, Società, cui afferiscono i Dottorati di Ricerca in Comunicazione Ricerca Innovazione [Dip. Comunicazione e Ricerca Sociale], in Storia dell'Europa e in Studi Politici [Dip. Scienze Politiche].

Dottorato: www.coris.uniroma1.it/dottorato, dottoratocomunicazione@uniroma1.it

STRUTTURE E SERVIZI

Biblioteca del CORIS

Raccoglie volumi, riviste e risorse elettroniche e digitali relative alle diverse discipline di riferimento del CORIS e rappresenta una delle poche fonti per gli studi di comunicazione, sociologici ed etno-antropologici in ambito universitario. Il suo patrimonio è passato dai circa 5000 volumi del 1975 ai circa 40.000 attuali. Per ulteriori informazioni, servizi, orari e riferimenti: www.coris.uniroma1.it/biblioteca.

CorisLab - Laboratorio di Comunicazione e Ricerca Sociale

Fornisce mezzi di calcolo hardware e software e i servizi di supporto tecnico-informatico e statistico-metodologico alla ricerca scientifica e alla didattica. Offre consulenza e assistenza sia agli studenti interessati allo sviluppo di tesi sperimentali, sia a dottorandi e a 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 (cfr. anche Facebook).

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. Studenti e docenti possono usufruire del supporto tecnico e organizzativo dei responsabili della struttura per la realizzazione e messa in onda di programmi e per attività istituzionali. Il RadioLab ospita inoltre le attività di RadioSapienza, la web radio dell'Ateneo. www.coris.uniroma1.it/radiolab, www.radiosapienza.net, info@radiosapienza.net

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, video art andati in onda su reti televisive nazionali oppure presentati in occasioni pubbliche rilevanti sul piano culturale e istituzionale.
www.coris.uniroma1.it/medialab, telelab@uniroma1.it

LabCom (Laboratorio di Comunicazione)

Il LabCom (Laboratorio di Comunicazione) si occupa della progettazione e gestione dei servizi web utili alla didattica e alla ricerca. Il laboratorio contribuisce inoltre alla costruzione di un'identità chiara e ben definita del Dipartimento CORIS, sia *on* che *off line*.

In particolare si occupa dello sviluppo di spazi di interazione tra docenti e studenti. Attraverso aree di accesso riservate i professori possono gestire news, inserire materiale didattico, inviare mail agli iscritti ai loro insegnamenti. Gli studenti accedono alla loro pagina personale per 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.). Altra attività del LabCom è rappresentata dalla comunicazione on line attraverso i social network sites (Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube e Tumblr) interpretati come amplificatori informativi delle iniziative del Dipartimento e come strumenti di assistenza e supporto alle aspiranti matricole e iscritti.

www.coris.unroma1.it / www.comunicLab.it / www.facebook.com/corissapienza
twitter.com/corissapienza / pinterest.com/corissapienza / [labcomcoris.tumblr.com /](https://labcomcoris.tumblr.com/)
www.youtube.com/user/corissapienza

Servizi rivolti agli studenti con disabilità

In supporto allo Sportello di Ateneo per le relazioni con gli studenti disabili, il CORIS 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 113 (2° piano, stanza 213). T (+39) 06.49918458.

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

T (+39)338.9222952. Ricevimento: mercoledì 16 - 18.

Co-Delegato: Rosanna Consolo, rosanna.consolo@uniroma1.it. Ricevimento: lunedì 15.30-17.

Altre strutture e servizi

- **Ufficio Erasmus:** www.coris.uniroma1.it/erasmus
- **Ufficio AFE/STAGE** (Attività Formative Esterne/stage): www.coris.uniroma1.it/afe
- **Ufficio CADI** – Attività didattiche integrative: www.coris.uniroma1.it/cadi
- **Ufficio Tesi di Laurea:** www.coris.uniroma1.it/tesi
- **Garante degli studenti:** Ivetta Ivaldi. Via Salaria 113 (2° piano, stanza 213); ivaldiivetta@tiscalinet.it; ivetta.ivaldi@uniroma1.it; T (+39)338.9222952. Ricevimento: mercoledì 16-18.

SEDI E AULE

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 di via Salaria 113:** Centro Congressi, Aula Magna, Aula Oriana (ex A1), Aule B9, B10, 201, Aula Mauro Wolf, Aula Master, Aula Consiglio
- **Aule di Via Principe Amedeo 184 (ex Caserma Sani):** Aula Magna, Aule 4, 6, 9, 10, 11. Questa sede ospita anche la Segreteria amministrativa
- **Aule della Città Universitaria, piazzale Aldo Moro 5:** Aule Blu 1 e Blu 2

CALENDARIO DIDATTICO 2014-2015

LEZIONI

Primo semestre: dal 22/09/14 al 13/12/14

Secondo semestre: dal 23/02/15 al 23/05/15 (festività pasquali dal 02/04/15 al 08/04/15 inclusi. Eventuali lezioni di recupero nella settimana tra il 25/05/15 e il 30/05/15)

SESSIONI D'ESAME

Dal 01/09/14 al 20/09/14

(Sessione autunnale)

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2013/14

Dal 06/10/14 al 08/11/14

(Sessione laureandi e di recupero)

1 appello riservato a limitate categorie di studenti, vedi www.coris.uniroma1.it/calendario

Dal 01/12/14 al 17/12/14

(Sessione laureandi)

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2013/14 per i soli laureandi della sessione di gennaio 2015 (dettagli sul numero massimo di crediti/esami www.coris.uniroma1.it/calendario)

Dal 07/01/15 al 15/01/15

(Sessione invernale 2013-2014)

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2013/14

Dal 07/01/15 al 21/02/15

(prima sessione 2014/2015)

3 appelli per tutte le materie i cui corsi si siano svolti nel primo semestre dell'a.a. 2014/15

Dal 08/04/15 al 02/05/15

(Sessione laureandi e di recupero)

1 appello riservato a limitate categorie di studenti, vedi www.coris.uniroma1.it/calendario

Dal 01/06/15 al 25/07/15

(Sessione estiva)

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2014/15

Dal 01/09/15 al 19/09/15

(Sessione autunnale)

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2014/15

SESSIONI DI LAUREA

Dal 14 al 29 ottobre 2014

(Sessione autunnale 2013-2014)

Sessione aperta a tutti gli ordinamenti

Dal 2 dicembre al 18 dicembre 2014

(Sessione invernale 2013-2014)

Sessione riservata agli iscritti alle Lauree triennali di ordinamento 509 e 270

Dal 13 gennaio al 24 gennaio 2015

(Sessione invernale 2013-2014)

Sessione riservata agli iscritti alle Lauree Specialistiche/Magistrali (ord. 509 e 270) e alla Laurea di Vecchio Ord. Quinquennale

Dal 17 marzo al 28 marzo 2015

(anticipo della Sessione estiva 2014/15)

Sessione aperta a tutti gli ordinamenti

Dal 7 luglio al 25 luglio 2015

(Sessione estiva 2014-2015)

Sessione aperta a tutti gli ordinamenti

Il calendario verrà di seguito integrato con le date inerenti alla sessione autunnale 2014/2015 e a quella invernale 2014/2015: www.coris.uniroma1.it/calendario.

Per tutto il resto ci sono...

il **Sito web di Dipartimento**

www.coris.uniroma1.it

la **Segreteria Didattica**

via Salaria, 113 (I piano)

www.coris.uniroma1.it/segreteria

il **SORt: Servizio Orientamento e Tutorato**

via Salaria, 113 (I piano)

www.coris.uniroma1.it/sort

i **nostri canali social**

cerca CorisSapienza su



Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

Sapienza Università di Roma

Via Salaria 113, 00198 Roma

Direttore Prof. Mario Morcellini



Membro della Federazione CISQ

RINA

ISO 9001
Sistema Qualità Certificato

