



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INFORMAZIONI GENERALI SUL CORSO DI STUDI

Nome del Corso in Italiano:	Scienze Sociali della Cultura
Nome del Corso in Inglese	Culture Social Science
Facoltà erogante il Corso:	Facoltà di Scienze Sociologiche
Tipologia di Titolo:	Laurea Magistrale (Master's Degree)
Classe:	LM88 – Scienze Sociologiche e Ricerca Sociale Class 89/S – Sociology
Anno Accademico:	2023 / 2024
Lingua in cui viene erogato il Corso:	Italiano
Retta Annuale:	<ol style="list-style-type: none">Fascia 1 (Redditi da CHF/EUR 0,00 a CHF/EUR 120.000,00): CHF/EUR 2.975,00Fascia 2 (Redditi da CHF/EUR 120.001,00 a CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 3.975,00Fascia 3 (Redditi oltre CHF/EUR 270.000,00): CHF/EUR 4.975,00Fascia 4 (Retta intera senza agevolazioni per fascia di reddito): CHF/EUR 6.000,00
Modalità di erogazione del Corso:	Interamente online
Segreteria Studenti:	segreteria@unicampushetg.ch
Programmazione degli accessi:	No
Data di inizio dell'attività didattica:	
Massimo numero di crediti riconoscibili:	Il numero di crediti riconoscibili dipende dai crediti acquisiti per titoli di studio e/o esperienza professionale.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

IL CORSO DI STUDI IN BREVE

06/11/2023

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Scienze Sociologiche con indirizzo in "Scienze Sociali della Cultura" forma lo studente alla conoscenza approfondita dei principali dibattiti teorici attuali nelle scienze sociali della cultura, fornendogli una solida conoscenza delle ultime ricerche e dei metodi all'avanguardia nel settore.

Al completamento del Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Scienze Sociologiche con indirizzo Scienze Sociali della Cultura lo studente sarà in grado di avere comprensione pratica di come la ricerca sia la fonte principale della creazione di nuovi modelli teorici nelle scienze sociali attraverso la capacità di applicare le conoscenze socio-scientifiche e le capacità di ricerca in contesti nuovi o multidisciplinari.

Il superamento del presente corso di Laurea prevede il conseguimento di **120 ECTS**.

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Scienze Sociali della Cultura offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro. Di seguito un esempio di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Specialista nella gestione dei processi di transizione culturale nelle organizzazioni
- Promotore culturale

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

06/11/2023

Per accedere al Corso di Laurea occorre essere in possesso di una Laurea Triennale (Bachelor's Degree) o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione a corsi di studio è deliberato dall'UniCampus HETG, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

MODALITÀ DI AMMISSIONE

06/11/2023

Possono iscriversi i candidati in possesso di Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale (Procedura V.A.E.)

CARATTERISTICHE DELLA PROVA FINALE

La prova finale consiste nella stesura di un elaborato scritto, cioè di una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del Corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti.

Periodicamente, lo studente invierà al Docente i capitoli della propria Tesi, o parti essi, per l'approvazione o per apportare le necessarie modifiche, strutturali e di contenuti, come ritenute più pertinenti da parte del Docente.

Una volta completato, l'elaborato verrà inviato dal Docente in Segreteria con la sua approvazione. Successivamente il Docente comunicherà simultaneamente alla Segreteria e allo studente il voto finale di Laurea.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA PROVA FINALE

06/11/2023

La modalità di svolgimento della prova finale, ossia la difesa della Tesi di Laurea, possono attuarsi in due diverse modalità:

1. In presenza, il giorno della Proclamazione di Laurea, prima della Proclamazione stessa;
2. Online, secondo un calendario che sarà comunicato allo studente (successivamente lo studente presenzierà alla Cerimonia di Proclamazione di Laurea).

Compatibilmente con le necessità organizzative dell'UniCampus HETG, lo studente potrà comunicare la propria preferenza tra le due modalità. La Segreteria provvederà a confermare o meno la modalità di svolgimento della prova finale scelta dallo studente.

CALENDARIO DEL CORSO DI STUDI E ORARIO DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE

La calendarizzazione e la definizione delle modalità delle attività formative del Corso di Studi avverranno di comune accordo tra lo studente e il suo Assistente Didattico Amministrativo. Una volta stilato il calendario delle attività formative questo verrà inviato in Segreteria. È facoltà dell'Assistente Didattico Amministrativo variare il calendario in base a necessità organizzative impreviste.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CALENDARIO DEGLI ESAMI DI PROFITTO

La calendarizzazione degli esami di profitto, da svolgersi online, è fissata dal Docente e comunicata allo studente.

In caso di necessità organizzative impreviste è facoltà del Docente modificare la data e l'ora dello svolgimento dell'esame di profitto.

CALENDARIO DELLE SESSIONI DELLA PROVA FINALE

Vi sono almeno due Sessioni di Laurea (sessioni della prova finale) durante un anno solare, una per ogni semestre accademico. Eventuali Sessioni straordinarie verranno comunicate per tempo allo studente.

Sarà premura della Segreteria comunicare data, ora e indirizzo del luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea.

Qualora, per cause di forze maggiore, dovessero esserci delle modifiche riguardo la data, l'orario e il luogo in cui si terrà la Sessione di Laurea tali modifiche saranno tempestivamente comunicate allo studente tramite la Segreteria.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA

L'UniCampus HETG fornirà un'infrastruttura tecnologica denominata "Piattaforma Didattica" per lo svolgimento delle attività formative e per gli esami di profitto.

Tale Piattaforma Didattica consiste in un *account* personale contenente diversi software specifici per lo svolgimento delle attività didattiche, compresa una casella di posta elettronica e spazio web per l'archiviazione dei dati.

Come da norme di Segreteria lo studente è tenuto ad utilizzare tale *account* personale esclusivamente per i propri fini formativi ed è responsabile in via esclusiva per qualsiasi attività *contra legem* perpetrata attraverso l'utilizzo del proprio *account*.

Lo studente ha l'obbligo e la responsabilità di conservare le credenziali di accesso al proprio *account* che gli verranno fornite e avrà altresì l'obbligo di impedire che terze parti, al di fuori della propria persona, utilizzino tali credenziali.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ASSISTENTE DIDATTICO AMMINISTRATIVO E TUTOR PERSONALE

06/11/2023

L'UniCampus HETG fornirà un "Assistente Didattico Amministrativo" all'atto dell'immatricolazione dello studente, fornendo a quest'ultimo i contatti necessari. L'Assistente Didattico Amministrativo avrà il compito di assistere lo studente nella propria relazione con l'UniCampus HETG, orientandolo e consigliandolo riguardo calendarizzazioni varie (ivi compresa quella riguardante gli esami di profitto) e assistendolo nei rapporti amministrativi con l'Istituzione.

Qualora lo studente necessitasse di un'assistenza specialistica per le sue attività formative è sua facoltà richiedere un Tutor Personale secondo le modalità e i costi che gli verranno comunicati.

Il Tutor Personale dedicherà allo studente un totale di millecinquecento ore, distribuite secondo le varie necessità formative dello studente nei vari momenti del percorso formativo di quest'ultimo.

DATI DI INGRESSO, DI PERCORSO E DI USCITA

I dati di ingresso, di percorso e di uscita saranno gestiti interamente dalla Segreteria secondo le norme attualmente in vigore nel Canton Ginevra, nella Confederazione Elvetica e nell'Unione Europea.

Le informazioni riguardanti il trattamento dei dati personali sono disponibili sul portale web dell'UniCampus HETG



The Academic Secretariat
 UNICAMPUS HETG SÀRL
 Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
 Suisse
www.unicampushetg.ch
 Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
 Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
 CHE 133.413.467

**PIANO DI STUDI LAUREA MAGISTRALE (MASTER'S DEGREE) IN
 "Sociologia della Cultura"**

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SPS/08	¹ Sociologia della Cultura	10
SPS/08	² Etica e Sociologia dei nuovi mezzi di comunicazione di massa	10
SPS/07	¹ Cultura e consumi	10
SPS/08	¹ Metodologia della Ricerca Sociale	6
SECS-S/01	³ Analisi Multivariata	6
L-ANT/07	¹ Storia dell'Arte Greca	8
L-ANT/07	¹ Storia dell'Arte Romana	10

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-S/06	² Metodi Quantitativi Avanzati	8
L-ART/06	¹ Storia delle Trasmissioni Radiotelevisive	6
M-FIL/04	³ Estetica Moderna	6
SPS/07	² Metodi Qualitativi Avanzati	8
M-FIL/05	² Semiotica dei Media	10
L-ANT/06	¹ Etruscologia e Antichità Italiane	8
	Prova Finale	14

Legenda: 1. Attività di Base; 2. Attività Caratterizzanti; 3. Attività Affini; 4. Altre attività



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

SOCIOLOGIA DELLA CULTURA	
SSD: SPS/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente alla sociologia della cultura, iniziando dalla definizione di "cultura" tra i sociologi, il suo impatto e le sue interazioni sociali, esplorando i rapporti tra cultura e classe, politica, occupazioni, mercati e cambiamento culturale.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà i concetti e le teorie che i sociologi hanno sviluppato per comprendere la cultura, come usano queste teorie e concetti insieme all'evidenza empirica per studiare cultura, saprà distinguere tra spiegazioni culturali e altri tipi di argomentazioni sociologiche e applicare ciò che ha imparato per condurre le proprie analisi culturali.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla sociologia della cultura 2. Verso una sociologia del significato 3. Cultura e comportamento 4. Cultura e contesto sociale 5. Cultura e classi sociali 6. Cultura e politica 7. Cultura e lavoro 8. Cultura e mercati 9. Cultura e valori 10. Cultura e conflitti 11. Cambiamenti culturali 12. Cultura e reti sociali 13. Cultura e nuove tecnologie 14. Breve rassegna di alcune sottoculture scientificamente rilevanti
Testi Consigliati	▪ AA. VV., Routledge Handbook of Cultural Sociology, Routledge, 2 nd edition, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ETICA E SOCIOLOGIA DEI NUOVI MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA	
SSD: SPS/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	In questo corso lo studente affronterà i delicati argomenti dell'analisi sociologica dai social media e degli effetti di condizionamento sulla popolazione generale da parte di grandi attori quali multinazionali, governi, movimenti politici, ecc. In particolar modo verrà affrontato l'aspetto etico relativo a tali argomenti soprattutto alla luce dei recenti casi di cronaca nazionale ed internazionale.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito le conoscenze inerenti i mezzi di comunicazione di massa e i meccanismi che governano la loro interazione con il pubblico, mantenendo un pensiero critico autonomo costante soprattutto riguardo le questioni etiche che l'utilizzo di questi mezzi suscita.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di media e loro classificazione 2. Comunicazione di massa 3. Caratteristiche dei mass media 4. Social media e nuovi media 5. Pubblico e cultura di massa 6. Etica dei media 7. La libertà di stampa 8. Tipi di media 9. Funzioni dei media 10. Sviluppo dei mezzi di comunicazione 11. Internet e la rivoluzione dell'informazione 12. Prospettive teoriche dei media 13. Adorno e Horkheimer: La Scuola di Francoforte 14. McLuhan: Il medium è il messaggio 15. Jean Baudrillard: simulacri e iperrealità 16. Angela McRobbie: la cultura popolare 17. Media e società 18. Ruolo dei media nel cambiamento e nello sviluppo sociale 19. Ruolo dei media nell'istruzione



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

	<ol style="list-style-type: none"> 20. I media come fonte di intrattenimento 21. Influenza del cinema e della televisione 22. Impatto dei media sulle donne 23. Reciprocità tra media e giovani 24. Il cambio di paradigma nella stampa e nell'editoria 25. I social media quali piattaforma vitale 26. Leggi ed etica dei media 27. Cenni storici sulle leggi sui media in Italia, Europa e Nord America 28. Leggi sulla stampa e leggi che disciplinano le informazioni digitali 29. I media come business 30. Il paradosso dei social media e dei media tradizionali 31. L'etica dei media e il suo impatto sul sistema di valori 32. Media: tendenze e sfide emergenti 33. La copertura mediatica di varie forme di violenza 34. Il futuro della democrazia e dei media 35. Giustizia sociale e attivismo mediatico 36. Media e magistratura 37. Media e attivismo politico 38. I mass media come generatori culturali
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

CULTURA E CONSUMI	
SSD: SPS/07	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Il corso esamina le teorie del consumo, la cultura del consumo, la mercificazione, lo shopping, il branding e la costruzione dell'identità sociale e culturale nel contesto della vita quotidiana, indagando le pratiche di consumo sia a livello teorico che in relazione alle nostre pratiche di consumo quotidiane, la nostra identità di consumatori con un'attenzione particolare all'etica del consumo.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente avrà analizzato diverse tematiche e avrà maturato la sua opinione critica su diversi argomenti quali il concetto di consumo in base all'oggetto (oggetti, cibo, media, persino idee), gli aspetti affettivi ed emotivi che caratterizzano la spesa e il consumo, essere consumatori informati e consapevoli, ecc.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dare un senso al consumo 2. Sistemi di scambio 3. Pensiero, desiderio e consumo 4. Dare un senso allo shopping 5. Consumi notevoli, loro psicologia e loro problematiche 6. Spazi di consumo: dai grandi magazzini ai grandi magazzini 7. Spazi di Consumo: cultura alimentare, cultura artigianale e consumo postindustriale 8. Dare un senso al brand 9. Gusti e stili di vita 10. Logistica e lavoro 11. Le mode "fast & furious" 12. Ciclo di vita della merce 13. Raccolta dati e monitoraggio dei consumatori 14. "Consumare" la nazione 15. Identità come consumo: genere di consumo 16. Il "consumo" dell'etnia 17. Consumare l'identità attraverso i social media: Instagram e Facebook 18. Consumo di media: sistemi di distribuzione e consegna



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

	<p>19. Consumo e TV: "shoppers" e "hoarders"</p> <p>20. Verso un'etica del consumo</p> <p>21. Consumi e impatto ambientale</p> <p>22. "Opting Out": rifiutare il consumo</p> <p>23. La cultura del "fai-da-te"</p> <p>24. Consumismo e attivismo</p>
Testi Consigliati	<p>• M. DE MOOJI, Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising, SAGE Publications, 3rd edition, 2019</p>
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE	
SSD: SPS/08	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso offre allo studente le conoscenze e gli strumenti per effettuare ricerche in ambito sociale che possono spaziare dalla politica alla customer satisfaction, dal mutamento dei costumi alla ricerca e selezione di personale specializzato ecc.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di decidere autonomamente e in maniera critica come impostare la campagna di ricerca, quali strumenti selezionare e applicare e come interpretare i dati raccolti.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concetti fondamentali della metodologia della ricerca sociale 2. Ipotesi di lavoro: sviluppo e attuazione 3. La consultazione della letteratura specifica 4. Ricerca sociale e metodo scientifico 5. La raccolta dei dati 6. Analisi dei dati raccolti 7. Approcci di ricerca e loro caratteristiche 8. I sondaggi di opinione: tecniche pratiche di raccolta dati sul campo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ P. NATALE, La ricerca sociale, Laterza, 2007 ▪ P. NATALE, Il sondaggio, Laterza, 2004
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ANALISI MULTIVARIATA	
SSD: SECS-S/01	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente all'analisi multidimensionale dei dati in un'ottica inerente all'economia, la finanza e le assicurazioni.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà fornito di tutti gli strumenti matematici per analizzare fenomeni sociali, finanziarie ed economici caratterizzati da più variabili e riuscirà a interpretare tali dati nel contesto di riferimento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione all'analisi multivariata 2. Analisi dei cluster 3. Concetti di popolazione e di campionatura 4. Distribuzione multivariata normale 5. Analisi in componenti principali 6. Analisi fattoriale 7. Analisi della regressione 8. Modelli lineari generalizzati
Testi Consigliati	▪ P. CORBETTA, Metodi di analisi multivariata per le scienze sociali: i modelli di equazioni strutturali, Il Mulino, 2002
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

STORIA DELL'ARTE GRECA	
SSD: L-ANT/07	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Questo corso è stato progettato per introdurre lo studente agli aspetti fondamentali della produzione artistica dell'Antica Grecia, percorrendo l'evoluzione storica delle varie arti e delle loro tecniche dai periodi pre-arcaico e Arcaico sino alla fine dell'epoca ellenistica.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito competenze di base nella corretta identificazione degli stili, delle tecniche e dei periodi storici delle varie opere del patrimonio culturale dell'Antica Grecia.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le ceramiche greche: tipologie e utilizzi 2. Le ceramiche minoiche: materiali, tecniche e stili 3. Le ceramiche micenee: materiali, tecniche e stili 4. Lo Stile Protogeometrico 5. Ceramiche della Grecia Arcaica 6. Lo Stile Geometrico 7. Il Periodo Orientalizzante 8. Le ceramiche a figure nere 9. Le ceramiche a figure rosse 10. La tecnica a fondo bianco 11. Il periodo ellenistico 12. La pittura greca 13. La tecnica ad encausto 14. Gli affreschi 15. I mosaici 16. La scultura nell'Antica Grecia: le origini 17. La scultura greca nel Periodo Arcaico 18. La scultura greca nel Periodo Classico 19. La scultura greca nel Periodo Ellenistico 20. Statue policrome 21. L'architettura nel Periodo Miceneo 22. L'architettura nel Periodo Minoico 23. L'architettura greca nel Periodo Classico 24. L'architettura greca nel Periodo Ellenistico



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

	25. Ordini e decorazioni dell'architettura greca
Testi Consigliati	▪ Sarà cura del Docente consigliare manuali, tesine o dispense
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

STORIA DELL'ARTE ROMANA	
SSD: L-ANT/07	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	In questo corso lo studente acquisirà competenze fondamentali nella storia dell'arte della Roma Antica, analizzando gli stili e le tecniche che l'hanno influenzata sin dagli albori, soprattutto etrusche e greche e soffermandosi in particolar modo sull'architettura romana.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di tracciare l'evoluzione dell'arte romana e le influenze esterne che l'hanno plasmata nei secoli, saprà identificare le caratteristiche salienti dei vari periodi storici e avrà sviluppato una conoscenza specifica del patrimonio architettonico dall'Antica Roma.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'arte nella Roma Arcaica 2. Le influenze etrusche 3. Le influenze greche 4. L'arte romana durante il primo periodo repubblicano 5. L'arte romana durante l'espansionismo repubblicano 6. L'arte romana durante il tardo periodo repubblicano 7. Il periodo augusteo 8. Il periodo dell'Alto Impero 9. L'arte romana del Tardo Impero 10. Introduzione all'arte monumentale romana 11. I templi romani 12. Le ville romane 13. Le terme romane 14. Gli anfiteatri romani 15. Altri edifici monumentali romani
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ P. ZANKER, <i>Arte Romana</i>, Laterza, 4^a edizione, 2021 ▪ R. BIANCHI BALDINELLI, <i>Roma. L'Arte Romana nel Centro del Potere</i>, Rizzoli, 2002
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

METODI QUANTITATIVI AVANZATI	
SSD: SECS-S/06	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Questo corso fornisce un insieme di strumenti, tecniche e modelli statistici utili tanto per i settori strettamente scientifici quanto per quelli delle scienze sociali e comprende tanto metodi di analisi spaziale quanto metodi per la corretta riproducibilità dei risultati di ricerca.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente comprenderà i vantaggi e le problematiche dell'analisi dei dati spaziali, sarà in grado di selezionare, applicare e interpretare in modo appropriato tecniche statistiche spaziali avanzate, di identificare e correggere accuratamente gli effetti spaziali nei processi di regressione geografica di utilizzare con sicurezza l'ambiente R per il calcolo, la modellazione e la statistica spaziale, di produrre flussi di lavoro di ricerca riproducibili e replicabili.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regressione semplice 2. Regressione multivariata 3. Regressione logistica 4. Autocorrelazione spaziale 5. Econometria spaziale 6. Analisi descrittiva
Testi Consigliati	▪ R. S. BIVAND, Applied Spatial Data Analysis with R, Springer, 2 nd edition, 2013
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution
Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1
CHE 133.413.467

STORIA DELLE TRASMISSIONI RADIOTELEVISIVE	
SSD: L-ART/06	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	In questo corso verranno trattate le principali tematiche radiotelevisive dall'origine di questi media quali mezzi di comunicazione di massa sino ai giorni nostri, sottolineando l'impatto sociale, politico e storico che hanno avuto in diversi punti del globo nella storia umana recente, aprendo al contempo un dibattito critico tra gli studenti e il Docente circa l'etica del loro utilizzo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente possiederà delle solide basi storiche su cui basare la propria critica a questi due media sia nel loro complesso che in un'ottica storica e sociale specifica, consentendogli di esprimere e al tempo stesso sviluppare valutazioni indipendenti su vari programmi sia storici che attualmente in corso.
Programma	<p>RADIO</p> <p>1. Brevi cenni storici sulle origini della radio e sulle sue caratteristiche tecniche; 2. Le grandi aziende produttrici di radio tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del XX secolo; 3. La regolamentazione delle trasmissioni radiofoniche in Italia e in altri Paesi dalle origini ai giorni nostri; 5. Le trasmissioni radiofoniche e la diffusione della lingua italiana dal primo Novecento sino alla fine della Seconda Guerra Mondiale; 6. Radio e propaganda politica nel XX secolo; 7. La radio come fonte di informazioni e come fonte di intrattenimento.</p> <p>TELEVISIONE</p> <p>1. Le origini della televisione: dalla televisione elettromeccanica alla televisione elettronica; 2. Breve storia delle prime trasmissioni televisive del XX secolo in Italia e in altri Paesi; 3. La Seconda Guerra Mondiale e l'interruzione degli esperimenti di trasmissione su larga scala in Italia; 4. Il Dopoguerra e l'inizio delle trasmissioni</p>



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

	<p>televisive moderne; 5. Analisi dell'impatto sociale e culturale della televisione italiana negli anni '50; 6. Televisione e pubblicità; 7. La televisione quale strumento politico nel Blocco Orientale e nel Blocco Occidentale durante la Guerra Fredda; 8. Il felice matrimonio tra TV e musica negli anni '80: il caso MTV; 9. Le tecnologie satellitari e l'internazionalizzazione delle trasmissioni televisive negli anni '90; 10. Internet, la digitalizzazione e la TV on demand.</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. SIMONELLI, <i>Cari amici vicini e lontani. L'avventurosa storia della radio</i>, Mondadori Bruno, 2012 ▪ I. PIAZZONI, <i>Storia delle televisioni in Italia. Dagli esordi alle web tv</i>, Carocci, 2014
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ESTETICA MODERNA	
SSD: M-FIL/04	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Il corso insegnerà allo studente a pensare filosoficamente per quanto riguarda la "percezione del bello" in un'opera d'arte, impegnandosi in un'attenta riflessione sui problemi affrontati da alcune delle principali aree di interesse della filosofia dell'arte e concentrandosi sulle teorie estetiche moderne.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di definire filosoficamente il concetto di arte, dell'esperienza estetica e della sua natura, a porre in relazione arte e morale e a comparare le differenze concettuali dell'esperienza estetica moderna.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il giudizio estetico e i suoi fattori 2. Denis Dutton e gli universali dell'estetica 3. L'etica nell'estetica 4. Il concetto moderno di bellezza 5. La teoria della "Nuova Critica" 6. La teoria dell'Errore Intenzionale 7. L'estetica e la filosofia analitica 8. L'estetica e la scienza 9. L'estetica e la tecnica 10. Critiche alla moderna concezione dell'estetica
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M. C. BEARDSLEY, <i>Aesthetics from Classical Greece to the Present</i>, University Alabama Press, 1975
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

METODI QUALITATIVI AVANZATI	
SSD: SPS/07	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Questo corso ha lo scopo di insegnare allo studente ad analizzare i dati qualitativi per sviluppare e giustificare asserzioni, fargli conoscere le basi epistemologiche dei vari approcci qualitativi e affronterà le problematiche di affidabilità, validità e generalizzazioni.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare le sfumature qualitative dei dati in oggetto e a sostenere in maniera logica e critica le affermazioni derivanti dall'elaborazione dei dati qualitativi raccolti sul campo.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Territorio e sondaggio 2. Cenni sui principali software di analisi qualitativa dei dati 3. Fondamenti di analisi dei dati 4. Analisi incrociate 5. L'analisi e le sue diverse scuole di pensiero 6. L'analisi di dati archiviati 7. Trarre conclusioni dai dati 8. Prospettive sulla ricerca sociale 9. Prospettiva critica, prospettiva femminista e altre prospettive 10. Generalizzabilità
Testi Consigliati	▪ M. B. MILES, A. M. HUBERMAN, Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook, SAGE Publications, 2 nd edition, 1994
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

SEMIOTICA DEI MEDIA	
SSD: M-FIL/05	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso tratterà di semiotica dei media, sia di quelli tradizionali che di quelli digitali e illustrerà come i nuovi media digitali stanno cambiando la natura della comunicazione. Il corso esaminerà l'uso della semiotica per studiare come avviene la trasmissione del significato nei media interattivi rispetto ai più vecchi e ancora esistenti media unidirezionali quali ad esempio la stampa, la televisione e la radio.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare i media sotto l'aspetto semiotico e sarà in grado di produrre materiale originale semioticamente competente e studiato appositamente per il medium o i media prescelti per la trasmissione del messaggio.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla comunicazione audiovisiva 2. Teorie visive e codici visivi 3. La persuasione 4. Analisi audiovisiva dei media 5. Musica 6. Fotografia 7. Cinema 8. La "nona arte": il fumetto 9. Internet e la diffusione virale dei contenuti mediali: un'analisi semiotica
Testi Consigliati	▪ Grice Paul, Logica e conversazione. Saggi su intenzione, significato e comunicazione. Il Mulino, 1993
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

ETRUSCOLOGIA E ANTICITÀ ITALICHE	
SSD: L-ANT/06	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Lo scopo di questo corso è quello di introdurre lo studente alle diverse popolazioni antiche presenti nella penisola italiana in epoca preromana e delle interazioni avvenute tra di loro e le popolazioni d'oltremare. La civiltà etrusca verrà approfondita in maniera particolare per il suo ruolo storico nell'Italia Centrale antica e per la sua influenza sulla successiva Civiltà Romana.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito competenze di base sulla Civiltà Etrusca e sulle altre civiltà italiane che hanno caratterizzato la storia dell'Italia preromana, delineando gli eventi storici salienti di queste popolazioni e della loro influenza sulla Civiltà Romana.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le popolazioni italiane durante l'Età del Ferro 2. Teorie sull'origine della Civiltà Etrusca 3. La cultura proto-villanoviana e villanoviana 4. L'Età Orientalizzante della Civiltà Etrusca 5. L'Età Arcaica della Civiltà Etrusca 6. L'Età Classica della Civiltà Etrusca 7. L'Età Ellenistica della Civiltà Etrusca 8. L'organizzazione sociale della Civiltà Etrusca 9. Cultura religiosa della Civiltà Etrusca 10. Scambi commerciali con altri popoli 11. L'Arte Etrusca 12. La questione della Lingua Etrusca 13. Influenza Etrusca sulla Civiltà Romana 14. Culture neolitiche dell'Italia Antica 15. Culture dell'età del rame 16. Culture dell'età del bronzo 17. I popoli latini 18. I popoli umbri 19. I popoli veneti 20. I sanniti



The Academic Secretariat

UNICAMPUS HETG SÀRL

Registered Office: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève,
Suisse

www.unicampushetg.ch

Legally authorized under articles 20 and 27 of the Federal Constitution

Name approved by the Federal Trade Registry Office: CH-660.6.638.023-1

CHE 133.413.467

	<p>21. I popoli lucani</p> <p>22. I popoli italici di lingua celtica</p> <p>23. I sardi</p> <p>24. I messapi</p> <p>25. I dauni</p> <p>26. I popoli di origine greca</p> <p>27. Influenza greca nelle culture italiche preromane</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M. PALLOTTINO, <i>Etruscologia</i>, 7^a edizione, Hoepli, 2016 ▪ F. PESANDO, <i>L'Italia antica. Culture e forme del popolamento nel I millennio a.C.</i>, 2^a edizione, Carocci, 2010
Modalità di Verifica	<p>Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.</p>

PROVA FINALE	
SSD: -	ECTS: 14
<p>La prova finale consiste in una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.</p>	