



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:	Giornalismo & Editoria
Nome del Corso in Inglese	Journalism & Publishing
Facoltà erogante il Corso:	Facoltà di Giornalismo & Comunicazione
Tipologia di Titolo:	Laurea Magistrale (Master's Degree)
Classe:	LM19 – Informazione e Sistemi Editoriali Class 13/S – Publishing, Multimedia Communication and Journalism
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 Giornalismo & Editoria ha la doppia mission di perfezionare la formazione degli autori di articoli e di fornirli allo stesso tempo di quelle competenze avanzate in campo professionale e manageriale.

Il Corso di Laurea Magistrale (Master's Degree) in Giornalismo & Editoria approfondisce e arricchisce le tematiche del giornalismo unendole alle competenze manageriali necessarie per la conduzione di una casa editrice, sia di tipo tradizionale incentrata principalmente sul cartaceo sia sui moderni contenuti multimediali, espandendo così il bagaglio tecnico-culturale dello studente.

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

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

- Autore di articoli multimediali
- Social Media Manager

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 forza 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
"GIORNALISMO & EDITORIA"**

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
M-STO/08	¹ Giornalismo Investigativo	10
SECS-P/08	¹ Business Publishing	10
SECS-P/08	² Principi di Management	10
SECS-P/08	² Economia e Gestione delle Imprese	6
M-FIL/05	³ Filosofia del Linguaggio	6
IUS/01	¹ Diritto privato	8
IUS/04	¹ Diritto commerciale	10

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	¹ Marketing	8
M-GGR/02	³ Geopolitica Economico-Politica	6
M-PSI/05	² Psicologia della Comunicazione di Massa	6
M-STO/08	¹ Fake News & Fact Checking	8
M-STO/08	¹ Storia della Stampa e dell'Editoria	10
IUS/13	¹ Diritto Internazionale	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

GIORNALISMO INVESTIGATIVO	
SSD: M- STO/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso ha lo scopo di formare lo studente nell'attività del giornalismo investigativo all'interno di una società democratica al fine di difendere il diritto d'informazione e di riportare la realtà oggettiva dei fatti rispettando la deontologia professionale.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà una conoscenza approfondita dei meccanismi alla base del giornalismo investigativo e delle sue tecniche, sarà in grado di analizzare le questioni in esame sotto il profilo dell'etica, dell'imparzialità e dell'accuratezza e avrà acquisito le capacità e il metodo per portare alla ribalta storia volutamente "dimenticate" o "sottostimate".
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Note introduttive sul giornalismo investigativo 2. Principi di giornalismo investigativo 3. Tecniche di giornalismo investigativo 4. L'etica del giornalismo investigativo 5. Pianificazione del budget per i progetti di giornalismo investigativo 6. Autorità e atteggiamenti autoritari: metodi e tecniche di approccio e risoluzione di conflitti con l'autorità pubblica 7. Le interviste su argomenti sensibili 8. La gestione degli informatori (whistleblower) 9. L'analisi dei dati raccolti 10. Rispettare la diversità ed evitare gli stereotipi nella fase di stesura 11. Raccolta e controllo incrociato di informazioni "open source" 12. Il giornalista investigativo freelance, l'editoria e la pubblicazione in proprio
Testi Consigliati	▪ B. HOUSTON ET AL., Investigative Reporter's Handbook: A Guide to Documents, Databases, and Techniques, 6a edizione, Bedford/St. Martin's, 2020
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

BUSINESS PUBLISHING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso è progettato per fornire allo studente una conoscenza pratica del settore editoriale (giornali, riviste, libri ecc.) attraverso l'esplorazione dei modelli di business tradizionali e di come l'attuale trend della digitalizzazione e i mutevoli modelli di consumo stanno rimodellando il settore.
Competenze Acquisite	Alla fine del corso sarà in grado di comprendere le operazioni fondamentali di una casa editrice, riconoscere le attuali sfide che il settore dell'editoria deve affrontare e spiegare i modelli di business emergenti.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Breve panoramica del settore dell'editoria e della sua storia 2. Le operazioni fondamentali di una casa editrice 3. Le nuove tecnologie e i diritti digitali 4. I quotidiani 5. Le riviste 6. I libri 7. Editoria e pubblicità 8. Strategie innovative per competere nel mondo digitale
Testi Consigliati	▪ J. EPSTEIN, Book Business: Publishing Past, Present, and Future: Publishing, Past, Present and Future, W. W. Norton & Company, 2011
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

PRINCIPI DI MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso presenta i principi, le tecniche e i concetti necessari per l'analisi manageriale e il processo decisionale. Mette in evidenza la gestione efficace della pianificazione, organizzazione, influenza e controllo relativi all'ambiente interno ed esterno e alle questioni di etica e responsabilità sociale.
Competenze Acquisite	Dimostrare una comprensione delle conoscenze gestionali attuali. Descrivere le capacità manageriali necessarie per massimizzare efficacemente la produttività individuale e organizzativa relativa all'ambiente interno ed esterno e ai temi dell'etica e della responsabilità sociale. Sviluppare una capacità comunicativa adeguata utilizzando l'appropriata terminologia del settore di riferimento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il manager e la gestione dell'azienda 2. L'evoluzione del pensiero manageriale 3. Valori aziendali, etica e responsabilità sociale 4. La gestione degli impiegati 5. Il management nell'ambiente globalizzato 6. Processi decisionali. Strategia e pianificazione 7. L'organizzazione aziendale: controllo e cambiamento 8. Le risorse umane 9. Tecniche motivazionali e prestazioni 10. La leadership e il lavoro di squadra 11. Sviluppare le capacità comunicative 12. La gestione dei conflitti
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> • O. LAASCH, Principles of Management: Practicing Ethics, Sustainability, Responsibility, Sage Pubns Ltd, 2a edizione, 2021
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

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	
SSD: SPS/08	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente alle conoscenze basilari del settore economico con uno specifico focus sugli argomenti che riguardano le aziende più da vicino. Verranno affrontati ed analizzati casi specifici che comprendono aziende sia del settore pubblico che di quello privato.
Competenze Acquisite	Lo studente acquisirà familiarità sia con le strutture aziendali più comuni che con quelle più rare, sia nell'ambito nazionale che europeo ed internazionale, sarà in grado di riconoscere tutti gli elementi costitutivi dell'organizzazione aziendale e ad inquadrarli all'interno di schemi sia generali sia ad hoc per armonizzarsi con le strategie e le necessità operative dettate dalla vision e dalla mission aziendale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Storia ed evoluzione dell'ambiente economico 2. I fattori esterni che influenzano la struttura d'impresa 3. I fattori interni che influenzano la struttura d'impresa 4. Strategie e modelli di sviluppo per le imprese 5. L'innovazione come chiave di volta per la crescita dell'impresa 6. Misurazione e analisi degli effetti delle strategie adottate 7. I modelli organizzativi aziendali
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. AIROLDI, G. BRUNETTI, V. CODA, Corso di economia aziendale, Bologna, il Mulino, 2005. ▪ I. DAGNINO, N. MISANI, F. PERRINI, C. VURRO, Casi di Management, Milano, Egea, 2016. ▪ F. PERRINI, Management. Economia e gestione delle imprese, Milano, Egea, 2017.
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

FILOSOFIA DEL LINGUAGGIO	
SSD: M-FIL/05	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso propone allo studente profondi interrogativi che rimandano ad un lontano passato ma che continuano ad essere analizzati e sviluppati in epoca contemporanea: l'uomo possiede un mezzo inestimabile che gli ha permesso di condividere il proprio pensiero e le proprie intuizioni e questo mezzo è il linguaggio.
Competenze Acquisite	Lo studente sarà messo di fronte a domande quali: "Cos'è il linguaggio?" "Perché il bisogno di comunicare è così radicato nell'essere umano, indipendentemente dall'epoca e dalla localizzazione geografica in cui vive?" "In un'epoca di inarrestabile digitalizzazione quale sarà il futuro del linguaggio e come si evolverà?" e a molte altre domande simili e acquisirà gli strumenti critici che gli permetteranno comprendere l'importanza centrale del linguaggio e ad apprezzare e ad applicare correttamente le regole per farne un buon uso.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elementi di filosofia e filosofia del linguaggio 2. La scienza del linguaggio 3. Gottlob Frege e la teoria platonica del significato 4. La teoria delle descrizioni di Russel 5. Esternalismo semantico di Putnam 6. L'indeterminatezza della traduzione di Quine 7. Austin e la funzione performativa del linguaggio 8. L'approccio razionale alla conversazione di Grice 9. Il generativismo di Chomsky
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. Kemp, What is this thing called language?, Routledge, London, 2013 ▪ P. Grice, 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, 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

DIRITTO PRIVATO	
SSD: IUS/01	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Il corso di Diritto Privato esplora i fondamenti della teoria del diritto e i rapporti giuridici tra soggetti privati. Verranno analizzati gli istituti giuridici dell'ordinamento corrente con un particolare approfondimento degli aspetti patrimoniali, dei vari soggetti giuridici, della disciplina della proprietà e una particolare enfasi sulle obbligazioni ed i contratti. Questo corso fornirà allo studente gli strumenti indispensabili per valutare i condizionamenti e l'impatto delle normative sulle attività aziendali.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione dei soggetti giuridici e dei rapporti che li regolano, con approfondimenti su quegli aspetti che interessano maggiormente le realtà aziendali. Conoscenza e comprensione dei diritti reali, della loro classificazione e delle loro specificità, sulla loro prescrizione e sulla loro tutela. Conoscenza e comprensione delle obbligazioni, delle loro tipologie, del rapporto obbligatorio e del loro adempimento. Conoscenza e comprensione dei principi generali del contratto e delle sue tipologie più comuni, dei suoi elementi essenziali, della sua validità, nullità e annullabilità; dei principali contratti atipici quali il leasing, il factoring, il franchising, il sale-and-lease-back.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione al diritto 2. Diritto continentale (Civil Law) 3. Common Law 4. Le fonti del diritto 5. I soggetti giuridici 6. I contratti e altre fonti di obbligazioni 7. L'impresa e l'imprenditore 8. Le società 9. Cenni di diritto comunitario 10. Cenni di diritto privato comparato
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TORRENTE, P. SCHLESINGER, Manuale di diritto privato, ult. ed., a cura di F. Anelli e C. Granelli, Milano, Giuffrè



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

	▪ Un'edizione aggiornata a scelta dello studente del Codice Civile comprensivo delle principali leggi collegate
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

DIRITTO COMMERCIALE	
SSD: IUS/04	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente alle principali tipologie societarie e alle loro operazioni fondamentali.
Competenze Acquisite	Al termine di questo corso lo studente avrà un quadro completo delle varie tipologie societarie, delle caratteristiche salienti che le contraddistinguono e delle normative che le regolano. Oltre alla disciplina generale delle imprese commerciali verranno affrontati casi particolari quali trasformazioni societarie, fusioni, scissioni, creazione di holding, scioglimenti e procedure di liquidazione.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. La vendita 2. I contratti commerciali 3. I contratti finanziari 4. L'impresa 5. L'imprenditore 6. Le società di persone 7. Le società di capitali 8. La disciplina della concorrenza
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 1. Diritto dell'impresa, Utet, 2017 ▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 2. Diritto delle società, Utet, 2017 ▪ G. F. CAMPOBASSO, Diritto commerciale. 3. Contratti. Titoli di credito. Procedure concorsuali, Utet, 2017
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

MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Introduzione al concetto di marketing e alle sue relazioni sia interne che esterne all'azienda. Ruolo sociale del marketing e suoi effetti sul mercato e sui singoli soggetti. Principali indirizzi di pensiero nel marketing contemporaneo. Gli strumenti di pianificazione strategica del marketing e suoi strumenti operativi. Metodi e tecniche per prevedere e anticipare le fluttuazioni dei trend.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi comportamentale del consumatore e dei suoi bisogni. Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi dei target e dei mercati di riferimento. Conoscenza e comprensione dei metodi di progettazione, sviluppo e applicazione di sistemi d'offerta.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia 2. Il marketing e la strategia aziendale 3. Macromarketing e micromarketing 4. La gestione delle informazioni nel Marketing 5. Analisi comportamentale del consumatore privato 6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale 7. Posizionamento, segmentazione e targeting 8. Pricing 9. I canali del marketing 10. Lo sviluppo di nuovi prodotti 11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni 12. Digital marketing e clienti digitali 13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo
Testi Consigliati	▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
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

GEOPOLITICA ECONOMICO-POLITICA	
SSD: M-GGR/02	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Fornire gli strumenti interpretativi spaziali utili alla comprensione dell'azione dei soggetti che operano nel campo della politica al fine di permettere di cogliere la complessità e le interrelazioni tra i diversi fenomeni geopolitici sul territorio. Il quadro teorico sviluppato attraverso l'analisi dei principali autori e correnti di pensiero, sarà applicato a concreti casi di instabilità geopolitica alle diverse scale di analisi. Lo studente apprenderà le categorie fondamentali della geografia politica, in modo da valorizzare l'importanza dell'analisi multiscalare geopolitica, delle categorie tradizionali e critiche e delle dinamiche geopolitiche nei processi territoriali.
Competenze Acquisite	Alla fine del corso è atteso che lo studente sia in grado di applicare le categorie della geografia politica allo studio della realtà internazionale, al fine di comprendere fattori di crisi a livello locale che regionale. Raggiunta una sufficiente dimestichezza con gli strumenti della geografia politica ed economica, lo studente riuscirà a valutare autonomamente le dinamiche geopolitiche a livello globale e locale, l'azione dei grandi attori e dei macrosistemi politici.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metodi di analisi e comprensione dello spazio e dell'ambiente geo-economico 2. Globalizzazione economica, povertà e sviluppo 3. Problemi di localizzazione delle attività economiche 4. Problematiche e dinamiche di generazione e diffusione dello sviluppo 5. Cultura imprenditoriale e organizzazione territoriale dell'agricoltura 6. Il settore energetico 7. Produzione industriale, trasporti e comunicazioni 8. Le attività del settore terziario e quaternario 9. Distribuzione geografica dei flussi commerciali e finanziari



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>10. Processi di sviluppo economico locali e sostenibilità ambientale</p> <p>11. La dimensione politica delle scienze geografiche</p> <p>12. Internet, social network e condizionamento delle scelte politiche</p> <p>13. Geopolitica mondiale: l'Europa nell'attuale scenario politico ed economico mondiale</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none">▪ P. SELLARI, Geopolitica dei trasporti, Laterza, 2013▪ C. CERRETI, M. MARCONI, P. SELLARI, Spazi e poteri, Manuale di geografia politica ed economica e geopolitica, Editore Laterza.
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

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE DI MASSA	
SSD: M-PSI/05	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo corso forma lo studente ad un approccio multidisciplinare alla comunicazione di massa con un' enfasi particolare agli aspetti psicologici dei grandi aggregati umani, mettendo in risalto l' impatto sociale e psicologico dei mass media nel condizionamento del comportamento di gruppo.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di integrare varie teorie psicologiche e di comunicazione per pianificare, condurre ed analizzare i risultati della comunicazione di massa usando prevalentemente le leve psicologiche.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Società moderna e comunicazione di massa 2. Modelli teorici dei media 3. Comunicazione e condizionamento sociale attraverso i mezzi radiotelevisivi, Internet e videogames 4. La stereotipizzazione dei gruppi sociali 5. I media quali "mezzi di persuasione di massa" 6. Comunicazione di massa e bambini 7. Mezzi d'informazione, media e democrazia 8. Campagne di comunicazione sanitaria e disinformazione: il caso delle campagne di vaccinazione contro il COVID-19 9. Mass media e violenza 10. Mass media e violenza 11. Effetti negativi involontari nelle campagne di comunicazione di massa 12. Azioni correttive nelle campagne di comunicazione di massa
Testi Consigliati	▪ F. W. SANBORN, R. J. HARRIS, A Cognitive Psychology of Mass Communication, Routledge, 7a edizione, 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

FAKE NEWS & FACT CHECKING	
SSD: M-STO/08	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Questo corso fornisce allo studente gli strumenti necessari per distinguere le notizie autentiche dalle notizie false, le cosiddette "fake news", insegnandogli come analizzare una notizia e quali indicatori segnalano la potenziale presenza di informazioni manipolate.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà compreso l'importanza della stampa libera e indipendente in una società democratica, l'uso delle notizie manipolate (fake news) quale strumento per influenzare la popolazione e saprà come scomporre una notizia nei suoi componenti fondamentali per analizzarli e verificarli in maniera critica e indipendente.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'alfabetizzazione giornalistica e la sua importanza nella comunicazione 2. Notizie e false notizie nell'Era dell'Informazione 3. Analisi di diverse tipologie di giornalismo nazionale ed estero 4. Diritto d'informazione, libertà di stampa e loro uso corretto 5. La figura del giornalista nel contesto delle fake news 6. Verità giornalistica: verifica, raccolta di notizie ed errori di valutazione 7. Opinioni spacciate per notizie e come identificarle; 8. Il concetto di "bias" 9. L'analisi della fonte delle informazioni 10. Il processo di decostruzione di una notizia 11. Il potere delle immagini: decostruire i notiziari TV 12. Fake News & Fact Checking nel mondo digitale
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. LOPEZ-GARCIA ET AL., Politics of Disinformation, Wiley-Blackwell, 2021 <p>oppure</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ J. LAGARDE, D. HUDGINS, Fact Vs. Fiction: Teaching Critical Thinking Skills in the Age of Fake News, International Society for Technology in Education, 2018



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 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 DELLA STAMPA E DELL'EDITORIA			
SSD: M-STO/08	ECTS: 10		
Obiettivi Formativi	Questo corso introduce lo studente all'evoluzione storica della stampa e dell'editoria, dalle loro origini alla convergenza in materia di tecnologie e diffusione soprattutto nell'epoca digitale.		
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà una chiara comprensione degli intrecci storici tra stampa e editoria e di come quest'ultima abbia seguito la prima nella diffusione delle notizie e della diffusione del sapere nell'Era dell'Informazione.		
Programma	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>STORIA DELLA STAMPA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizioni di notizia: tre diversi approcci 2. Il XVII secolo e l'invenzione dei giornali 3. La stampa nel XVIII secolo sino alla Rivoluzione Francese 4. Trasmissione di notizie a mezzo telegrafo nell'età vittoriana 5. La nascita delle agenzie di stampa 6. La nascita del giornalismo moderno 7. La stampa quale mezzo di comunicazione di massa 8. La stampa quale strumento di propaganda politica 9. Le notizie che viaggiano nell'etere: la nascita dei radiogiornali 10. Stampa e cinema: i cinegiornali 11. Tra notizie ed </td> <td style="vertical-align: top; padding-left: 20px;"> <p>STORIA DELL'EDITORIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di testo 2. Definizione di Autore 3. I libri nell'antichità 4. I libri nel medioevo 5. L'impatto rivoluzionario dell'invenzione della stampa a caratteri mobili 6. Dalla diffusione dei libri alla diversificazione dei lettori 7. I libri come "vettori culturali di massa" 8. Libri e mercato dei libri 9. Riviste e quotidiani 10. Regolamentazione e censura dell'attività editoriale nella storia 11. Addio alla carta stampata? Trasformazioni e nuove speranze nell'era digitale </td> </tr> </table>	<p>STORIA DELLA STAMPA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizioni di notizia: tre diversi approcci 2. Il XVII secolo e l'invenzione dei giornali 3. La stampa nel XVIII secolo sino alla Rivoluzione Francese 4. Trasmissione di notizie a mezzo telegrafo nell'età vittoriana 5. La nascita delle agenzie di stampa 6. La nascita del giornalismo moderno 7. La stampa quale mezzo di comunicazione di massa 8. La stampa quale strumento di propaganda politica 9. Le notizie che viaggiano nell'etere: la nascita dei radiogiornali 10. Stampa e cinema: i cinegiornali 11. Tra notizie ed 	<p>STORIA DELL'EDITORIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di testo 2. Definizione di Autore 3. I libri nell'antichità 4. I libri nel medioevo 5. L'impatto rivoluzionario dell'invenzione della stampa a caratteri mobili 6. Dalla diffusione dei libri alla diversificazione dei lettori 7. I libri come "vettori culturali di massa" 8. Libri e mercato dei libri 9. Riviste e quotidiani 10. Regolamentazione e censura dell'attività editoriale nella storia 11. Addio alla carta stampata? Trasformazioni e nuove speranze nell'era digitale
<p>STORIA DELLA STAMPA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizioni di notizia: tre diversi approcci 2. Il XVII secolo e l'invenzione dei giornali 3. La stampa nel XVIII secolo sino alla Rivoluzione Francese 4. Trasmissione di notizie a mezzo telegrafo nell'età vittoriana 5. La nascita delle agenzie di stampa 6. La nascita del giornalismo moderno 7. La stampa quale mezzo di comunicazione di massa 8. La stampa quale strumento di propaganda politica 9. Le notizie che viaggiano nell'etere: la nascita dei radiogiornali 10. Stampa e cinema: i cinegiornali 11. Tra notizie ed 	<p>STORIA DELL'EDITORIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione di testo 2. Definizione di Autore 3. I libri nell'antichità 4. I libri nel medioevo 5. L'impatto rivoluzionario dell'invenzione della stampa a caratteri mobili 6. Dalla diffusione dei libri alla diversificazione dei lettori 7. I libri come "vettori culturali di massa" 8. Libri e mercato dei libri 9. Riviste e quotidiani 10. Regolamentazione e censura dell'attività editoriale nella storia 11. Addio alla carta stampata? Trasformazioni e nuove speranze nell'era digitale 		



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

	intrattenimento: i telegiornali 12. La stampa nell'era digitale	
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none">▪ E. KING, Free for All: The Internet's Transformation of Journalism, Northwestern University Press, 2010▪ M. G. TAVONI, Storie di libri e tecnologie. Dall'avvento della stampa al digitale, Carocci, 2021	
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

DIRITTO INTERNAZIONALE	
SSD: IUS/13	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Al termine di questo corso lo studente avrà una conoscenza generale del diritto internazionale, con una attenzione particolare alla branca commerciale. Sarà in grado di riconoscere le varie situazioni giuridiche e valutare le azioni da intraprendere.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente padroneggerà i concetti relativi agli istituti di diritto internazionale e delle loro funzioni, al diritto internazionale privato e alle delicate interazioni tra vari ordinamenti nazionali e quello internazionale nell'attuale mondo globalizzato.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le fonti del Diritto Internazionale: trattati, leggi, convenzioni ed usi 2. Le organizzazioni internazionali 3. Il Diritto Internazionale e l'uso della forza 4. I diritti umani nel contesto del Diritto Internazionale 5. Transazioni commerciali internazionali: le giurisdizioni 6. Transazioni commerciali internazionali: gli arbitrati 7. Transazioni commerciali internazionali: i contenziosi 8. Legislazione economica internazionale: il commercio internazionale 9. Legislazione economica internazionale: risoluzione delle controversie in seno all'Organizzazione Mondiale del Commercio 10. Legislazione economica internazionale: gli investimenti internazionali 11. Il Diritto Internazionale ambientale: le attività economiche internazionali e il cambiamento climatico
Testi Consigliati	▪ V. CANNIZZARO, Diritto internazionale, 3 ^a Edizione, Torino, Giappichelli, 2016
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

PROVA FINALE	
SSD: -	ECTS: 14
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.	