



FACOLTÀ DI GIORNALISMO & COMUNICAZIONE

MASTER DI I LIVELLO IN GIORNALISMO, EDITORIA & COMUNICAZIONE SOCIALE

Presentazione del Corso

Il Master di I Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale provvede a fornire una formazione di base specialistica per la comunicazione sociale attraverso i canali del giornalismo e dell'editoria, con un programma bilanciato che copre i campi del giornalismo, dell'editoria e della comunicazione ma riprendendo al contempo elementi della giurisprudenza specifica e della gestione economica di questo settore.

Obiettivi formativi

Al completamento del Corso di Master di I Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale lo studente avrà un quadro generale del mondo del giornalismo e dell'editoria e di come questi influiscano sulla comunicazione sociale, avendo sviluppato competenze di base sia sotto gli aspetti strettamente tecnico-settoriali sia sotto quelli psicologici e sociologici.

Sbocchi occupazionali

Il Corso di Master di I Livello in Giornalismo, Editoria & Comunicazione Sociale offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Esperto per la comunicazione sociale
- Autore di articoli a carattere sociale

Requisiti di ammissione, esami di verifica e prova finale

Possono iscriversi i candidati in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore e 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.

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.



La prova finale consiste in una Tesi di almeno 30 pagine su uno degli argomenti trattati durante il Master di I Livello.

MASTER DI I LIVELLO IN
GIORNALISMO, EDITORIA & COMUNICAZIONE SOCIALE

| SSD | INSEGNAMENTO | ECTS |
|-----------|---|------|
| M-STO/08 | Storia della Stampa e dell'Editoria | 8 |
| IUS/09 | Diritto dell'Informazione | 6 |
| L-LIN/01 | Metodi Compositivi per la Comunicazione | 6 |
| SECS-P/08 | Business Publishing | 8 |
| SPS/08 | Fondamenti di Giornalismo | 10 |
| SPS/08 | Sociologia della Comunicazione | 8 |
| M-PSI/05 | Psicologia della Comunicazione | 10 |
| | Tesi finale | 4 |

| DURATA E STRUTTURA DEL MASTER DI I LIVELLO | |
|--|----------------------------|
| Durata: | Annuale – 1500 ore |
| Iscrizioni: | Sempre aperte tutto l'anno |
| Crediti: | 60 ECTS |
| Modalità: | Online |
| Prezzo: | CHF/EUR 1.500,00 |



PROGRAMMA

| INSEGNAMENTO | PROGRAMMA |
|---|--|
| <p>Storia della Stampa e dell'Editoria</p> | <p>STORIA DELLA STAMPA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definizioni di notizia: tre diversi approcci2. Il XVII secolo e l'invenzione dei giornali3. La stampa nel XVIII secolo sino alla Rivoluzione Francese4. Trasmissione di notizie a mezzo telegrafo nell'età vittoriana5. La nascita delle agenzie di stampa6. La nascita del giornalismo moderno7. La stampa quale mezzo di comunicazione di massa8. La stampa quale strumento di propaganda politica9. Le notizie che viaggiano nell'etere: la nascita dei radiogiornali10. Stampa e cinema: i cinegiornali11. Tra notizie ed intrattenimento: i telegiornali12. La stampa nell'era digitale <p>STORIA DELL'EDITORIA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definizione di testo2. Definizione di Autore3. I libri nell'antichità4. I libri nel medioevo5. L'impatto rivoluzionario dell'invenzione della stampa a caratteri mobili6. Dalla diffusione dei libri alla diversificazione dei lettori7. I libri come "vettori culturali di massa"8. Libri e mercato dei libri9. Riviste e quotidiani10. Regolamentazione e censura dell'attività editoriale nella storia11. Addio alla carta stampata? Trasformazioni e nuove speranze nell'era digitale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <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 |



| INSEGNAMENTO | PROGRAMMA |
|--|---|
| Diritto dell'Informazione | <ol style="list-style-type: none">1. La libertà d'informazione nella Costituzione della Repubblica Italiana2. La libertà d'informazione nell'Unione Europea e nel diritto internazionale3. Cenni storici sulla stampa e sulla libertà di stampa4. La libertà di stampa nell'ordinamento italiano5. Le trasmissioni radiotelevisive: origini storiche e loro evoluzione giuridica6. Diritto dell'Informazione e multimedialità: Internet, "Big Tech" e "fake news". <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ R. ZACCARIA, Diritto dell'informazione e della comunicazione, CEDAM, 11a edizione, 2021 |
| Metodi Compositivi per la Comunicazione | <ol style="list-style-type: none">1. Le diverse tipologie dei destinatari nella comunicazione2. Grammatica e stile nella comunicazione scritta e verbale3. L'uso degli strumenti retorici nella comunicazione scritta e verbale4. La redazione del testo e i suoi procedimenti5. La scrittura "tecnica": gerghi e terminologie specifiche6. Alcune convenzioni nella comunicazione professionale7. Nuove tecnologie di scrittura e di lettura8. Etica, accessibilità e inclusività nella comunicazione professionale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M. Santambrogio, Manuale di scrittura (non creativa), Laterza, 4a Edizione, 2008 |
| Business Publishing | <ol style="list-style-type: none">1. Breve panoramica del settore dell'editoria e della sua storia2. Le operazioni fondamentali di una casa editrice3. Le nuove tecnologie e i diritti digitali4. I quotidiani5. Le riviste6. I libri7. Editoria e pubblicità8. Strategie innovative per competere nel mondo digitale <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ J. EPSTEIN, Book Business: Publishing Past, Present, and Future: Publishing, Past, Present and Future, W. W. Norton & Company, 2011 |



| INSEGNAMENTO | PROGRAMMA |
|---------------------------------------|--|
| Fondamenti di Giornalismo | <ol style="list-style-type: none">1. Introduzione al giornalismo2. I componenti di una storia3. Le fonti della storia: reperimento, notiziabilità, accuratezza e verifica4. Il giornalista e i suoi strumenti: gli strumenti tradizionali5. Il giornalista e i suoi strumenti: gli strumenti moderni e innovativi6. La struttura della storia7. I tre livelli della ricerca delle informazioni8. L'intervista e la sua tecnica9. Scrivere articoli su discorsi, conferenze e simposi10. Verifica finale delle fonti e controlli incrociati11. Verifica dell'accuratezza delle notizie riportate12. Continuare a seguire la notizia: copertura generale della storia e articoli successivi <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M. MENCHER, Melvin Mencher's News Reporting and Writing, 12a edizione, McGraw-Hill Education, 2010 |
| Sociologia della Comunicazione | <ol style="list-style-type: none">1. I media, la comunicazione e i cambiamenti sociali2. I media tradizionali e i nuovi media: similitudini, differenze e interazioni3. I social network e la modifica della percezione identitaria di gruppo4. I social media e scale valoriali5. I social media e i nuovi paradigmi di interazione sociale6. Nuove forme di comunicazione e orientamento politico7. Nuove forme di comunicazione e trasformazione sociale8. Differenze di percezione dei nuovi strumenti di comunicazione per fascia d'età <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ S. Bentivegna, G. Boccia Artieri, Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale, Laterza, Roma, 2019 |
| Psicologia della Comunicazione | <ol style="list-style-type: none">1. Definizione di comunicazione2. L'evoluzione della comunicazione3. Forma e funzione nella comunicazione4. La comunicazione visiva5. La comunicazione uditiva6. La comunicazione tattile7. Altre forme di comunicazione non-verbale8. La comunicazione umana e il contesto culturale9. Comunicazione umana e gender <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ L. LOTTO, R. RUMIATI, Introduzione alla psicologia della comunicazione, Seconda edizione, Bologna, Il Mulino, 2013 |



UNICAMPUS HETG Sàrl
Siège social: Quai Gustave Ador 18, case postale 1470, à 1211 Genève, Suisse
www.unicampushetg.ch

| INSEGNAMENTO | PROGRAMMA |
|---------------------|--|
| Tesi finale | Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine. |