



Istituto Universitario Salesiano Venezia

Aggregato alla Facoltà di Scienze dell'Educazione della  
Pontificia Università Salesiana di Roma

via dei Salesiani, 15  
30174 Venezia - Mestre (VE)  
+39 041 5498503

info@iusve.it  
www.iusve.it



**STC**

Laurea Triennale  
Scienze e tecniche  
della comunicazione  
grafica e multimediale

2011/2012  
**Ratio studiorum**

**STC**



**STC  
Ratio  
studiorum**

2011/2012

**Ratio studiorum**

*La comunicazione è uno degli eventi sociali più importanti:  
comunicare significa vivere e  
implica una continua trasformazione  
cui è impossibile sottrarsi.*

*Per comunicare ci serviamo di vari canali e codici  
che lo sviluppo delle nuove tecnologie dell'informazione  
e della comunicazione  
hanno reso disponibili per tutti  
e pervadono l'ambiente in cui viviamo e operiamo,  
trasformano i sistemi di comunicazione d'impresa e  
della comunicazione pubblica, dell'industria editoriale.*

**Profilo professionale** Il Corso di Baccalaureato/laurea triennale ha l'obiettivo di formare professionisti in grado di:

- conoscere, scegliere e utilizzare i linguaggi e le tecniche più idonee per assicurare la comunicazione;
- progettare soluzioni di comunicazione con tecniche integrate;
- far interagire funzionalmente la dimensione della creatività, il senso e il gusto del bello, con le tecnologie;
- armonizzare in modo sinergico: abilità, tecniche, creatività, contenuti del messaggio, logiche di marketing, in relazione alla persona e al target dell'azienda.

**Sbocchi lavorativi** I laureati negli indirizzi previsti svolgeranno attività professionale in diversi ambiti quali:

- aziende che operano nel campo della grafica, della comunicazione e della multimedialità;
- la libera professione;
- le istituzioni e la pubblica amministrazione;
- aziende di grandi dimensioni che abbiamo al proprio interno un ufficio pubblicitario, o di comunicazione, o di marketing;
- studi di progettazione grafica ed editoriale.

**Titolo rilasciato** Diploma di Baccalaureato internazionale in "Scienze e tecniche della comunicazione grafica e multimediale" dell'Università Pontificia Salesiana.

**L'offerta formativa** I laureati negli indirizzi previsti svolgeranno attività professionale in diversi ambiti quali:

- aziende che operano nel campo della grafica aziendale, della comunicazione e della multimedialità;
- la libera professione;
- le istituzioni e la pubblica amministrazione;
- aziende di grandi dimensioni che abbiamo al proprio interno un ufficio pubblicitario, o di comunicazione, o di marketing;
- studi di progettazione grafica ed editoriale.

In funzione di questi vari contesti operativi il curriculum prevede due indirizzi:

#### **Comunicazione grafica - pubblicitaria**

L'attività professionale di riferimento è finalizzata alla progettazione e realizzazione di prodotti grafico-pubblicitario, editoriale. Le attività principali consistono nel coordinamento del processo produttivo, nella individuazione delle soluzioni mediali più opportune, nell'editing e nel controllo finale del progetto.

In questo indirizzo le competenze chiave da acquisire riguardano:

- la padronanza dei principali software di computer graphic;
- la padronanza delle principali tecnologie multimedia;
- il controllo dei processi di produzione grafico-editoriale;
- la capacità di lavorare in team;
- il rispetto dei principi di gestione economica e organizzativa dei progetti;
- la capacità di analisi e decodifica dei linguaggi iconici e simbolici;
- l'abilità di applicare teorie e modelli della comunicazione nei contesti specifici.

#### **Comunicazione d'impresa e istituzionale**

L'attività professionale di riferimento è rappresentata dalla progettazione, organizzazione e gestione della comunicazione d'impresa, privata o istituzionale, sia sul versante

interno dell'organizzazione, sia sul versante esterno del marketing e delle attività pubblicitarie, promozionali e di presenza sociale.

In questo indirizzo le competenze chiave da acquisire riguardano i seguenti ambiti:

- la sensibilità estetica;
- la capacità creativa;
- l'orientamento al cliente;
- l'attenzione al contesto socioculturale;
- la capacità di analisi e decodifica dei linguaggi iconici e simbolici;
- la capacità di applicazione delle teorie e dei modelli della comunicazione nei contesti specifici.

**Ammissione** Sono ammessi coloro che sono in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo che dia accesso all'università nella propria nazione.

**Frequenza** La frequenza alle attività didattiche e formative è obbligatoria almeno per i due terzi delle lezioni; completamente per laboratori e tirocinio.

**Lezioni, laboratori e tirocinio** Le lezioni si svolgeranno nel Campus di Mestre (VE): lunedì, martedì, mercoledì, giovedì mattina (9.00-13.20) e un pomeriggio tra lunedì, martedì, mercoledì, giovedì (15.00-17.50) per un totale di 24 ore accademiche settimanali.

Le lezioni si svolgeranno nel Campus di Verona (VR): martedì, mercoledì, giovedì, venerdì mattina (9.00-13.20) e un pomeriggio tra martedì, mercoledì, giovedì, venerdì (14.00-17.30) per un totale di 24 ore accademiche settimanali.

**Struttura del corso** Il percorso formativo triennale

- è organizzato in un biennio comune e in un terzo anno le cui discipline sono contestualizzate nell'ambito dell'indirizzo scelto;
- è articolato in 6 semestri con attività didattiche per complessivi 180 crediti formativi universitari.

Lo studente al termine del secondo anno potrà scegliere tra:

- comunicazione grafica e pubblicitaria;
- comunicazione d'impresa e istituzionale.

Per raggiungere le finalità e gli obiettivi indicati, il curriculum del Corso di Baccalaureato comprende:

- attività dedicate all'acquisizione delle conoscenze fondamentali nei vari campi delle scienze umane, sociali, della comunicazione e dell'informazione multimediale;
- attività orientate al possesso e all'utilizzo delle tecniche pertinenti alla comunicazione multimediale, grafica ed editoriale;
- attività di laboratorio, interscambi e visite ad aziende del settore, tirocinio formativo presso studi di progettazione, aziende grafiche, case editoriali e uffici marketing;
- partecipazione a seminari, convegni, visite ad istituzioni analoghe, aziende leader del settore in Italia e nell'Unione Europea;
- project work e realizzazione di un concept grafico-pubblicitario.