



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI MILANO

Corso di laurea triennale in

# **Comunicazione e società**

facoltà di

**SCIENZE POLITICHE,  
ECONOMICHE E SOCIALI**

## **Accesso**

Programmato.

Per informazioni sul numero dei posti e sulle date del test di ammissione consulta il sito [www.unimi.it](http://www.unimi.it) – **INFORMAZIONI PER FUTURI STUDENTI**.

L'accesso è condizionato al superamento di un test (TOLC-SPS, Test OnLine CISIA, [www.cisiaonline.it](http://www.cisiaonline.it)) che darà luogo ad una graduatoria di merito.

## **OFA - Obblighi formativi aggiuntivi**

### **OFA disciplinari**

Lo studente che al test di ammissione ha ottenuto un risultato insufficiente in una area prevista dal corso di laurea, si vedrà assegnato degli obblighi formativi aggiuntivi (OFA) che dovrà colmare secondo quanto indicato nel sito [ces.cdl.unimi.it](http://ces.cdl.unimi.it)

### **OFA di lingua inglese**

Per poter sostenere l'esame di lingua inglese previsto dal piano di studio è richiesta la conoscenza della lingua inglese di livello B1. Tale livello può essere attestato, al momento dell'immatricolazione, tramite l'invio di una certificazione valida e riconosciuta dall'Ateneo, oppure verificato tramite Placement test erogato dallo SLAM-Centro Linguistico di Ateneo tra ottobre e dicembre. In caso di non raggiungimento del livello richiesto, si genera un OFA, che deve essere ottemperato attraverso la frequenza di corsi erogati dallo SLAM-Centro Linguistico di Ateneo e il superamento del relativo test finale.

## Obiettivi

Il Corso di Laurea in Comunicazione e società consente di acquisire conoscenze di base nei principali settori della comunicazione e una buona padronanza delle metodologie e delle tecniche necessarie per accedere alle molteplici professioni del mondo della comunicazione.

Le laureate e i laureati acquisiranno competenze di base e abilità specifiche nei settori dei mezzi di comunicazione che gli consentono di svolgere compiti professionali nei diversi apparati delle industrie culturali (media digitali, editoria, radio, televisione), nei settori della comunicazione di impresa, della pubblicità e dei consumi; attività di comunicazione e relazioni pubbliche sia in aziende private, sia nella pubblica amministrazione e nel privato sociale; attività redazionali e funzioni giornalistiche, anche nel settore dell'audiovisivo e dei media digitali; abilità necessarie alla produzione di testi e contenuti digitali per l'industria culturale (content curation e creator).

## Sbocchi professionali

La laurea in Comunicazione e società consente sbocchi professionali nei numerosi settori e campi della comunicazione di impresa e della comunicazione politica e sociale, delle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, dell'industria culturale, dell'editoria, delle ricerche di mercato, delle imprese, dell'economia digitale, in qualità di addetti stampa, comunicatori pubblici, esperti di gestione di aziende, di imprese editoriali, content curator, di istruzione a distanza, di metodologie specifiche (sondaggi, banche dati, etc.), di campagne di comunicazione.

## Doppio titolo

Il Corso di Laurea in Comunicazione e società ha attivato un accordo di *Double Degree* con l'Università americana John Cabot University di Roma che permette di ottenere alla fine del percorso un doppio titolo di laurea italiano e americano valido internazionalmente.

# Piano degli studi

I anno

INSEGNAMENTI	CREDITI
Economia e industria dei media	9
Informazione e costituzione	12
Laboratorio di scrittura di lingua italiana	3
Lingua inglese	9
Psicologia della comunicazione	9
Sociolinguistica	9
Sociologia e cultura	9
Storia della comunicazione contemporanea	6

Il anno

(sarà attivato dall'a.a. 2026/2027)

INSEGNAMENTI	CREDITI
Culture della comunicazione	9
Informatica generale	6
Marketing e strategie d'impresa	9
Media digitali	9
Metodi e tecniche della ricerca sociale	12
Sociologia dei media	9
Storia sociale della tecnologia	6

III anno

(sarà attivato dall'a.a. 2027/2028)

INSEGNAMENTI	CREDITI
Languages of the media	6
Un insegnamento a scelta tra: - Economia e tecnica della pubblicità - Libertà di espressione	6
Un insegnamento a scelta tra: - Genere, famiglia e società - Ricerca qualitativa nelle organizzazioni sociali - Sociologia dei processi culturali	6
Un insegnamento a scelta tra: - Global information processes - Media e dati - Organizzazione e risorse umane	6
Un insegnamento a scelta tra: - Diritto europeo della comunicazione - Sociologia digitale e politiche digitali	6
Prova finale	6

#### Ulteriori attività formative (15 crediti in totale)

- A scelta dello studente (9-12 crediti)
- Tirocinio, laboratorio o accertamento delle competenze informatiche (3-6 crediti)

#### LAUREA MAGISTRALE a cui è possibile accedere (c/o Università degli Studi di Milano)

- Comunicazione pubblica e d'impresa  
(previo superamento della prova di ammissione)

# INFO

🎓 **Classe di laurea:** Scienze della comunicazione (L-20 R)

🕒 **Durata del corso:** 3 anni (180 crediti)

📅 **Frequenza:** fortemente consigliata

📍 **Sede didattica:**

- via Conservatorio, 7 - Milano

🌐 **Siti utili:**

[ces.cdl.unimi.it](http://ces.cdl.unimi.it)

[www.unimi.it](http://www.unimi.it)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI MILANO