

Ammissione e Iscrizione

Il Master prevede l'ammissione di massimo **35 iscritti**.

Il Master non sarà attivato con meno di 15 iscritti.

La richiesta per l'**Ammissione** al Master dovrà pervenire dal

15 giugno al 15 settembre 2010 via e.mail a communication@urbaniana.edu

Il testo/guida per la domanda può essere scaricato dal sito web dell'Università www.urbaniana.edu/mastercsim

La segreteria del Master comunicherà ai candidati l'eventuale Ammissione entro il **30 settembre 2010**

Solo gli studenti ammessi al Master potranno realizzare l'**Iscrizione** compilando il modulo presente sul sito web dell'Urbaniana nello spazio **servizi on-line – studenti**.

Entro il **10 ottobre 2010**, dovranno essere consegnati in segreteria il **modulo compilato** e la **prima rata d'iscrizione**.

Requisiti

Possono essere ammessi al Master gli studenti in possesso di

- Titolo Universitario di I Livello (Baccalureato o Laurea triennale).
- Buona conoscenza della Lingua Italiana.
- Alfabetizzazione informatica di base.

Costo tassa d'Iscrizione € 1.500,00

La tassa è divisibile in due rate, la prima di € 750,00 entro il 10 Ottobre 2010 e la seconda di € 750,00 entro il 15 febbraio 2011.

Per la consegna di Certificati e Diploma si seguono le tariffe dell'Università.

Sede

Le lezioni si terranno a Roma presso la

Pontificia Università Urbaniana

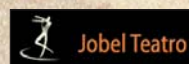
in **Via Urbano VIII, 16**

Per lezioni o attività di laboratorio potranno essere scelte eventuali altre sedi di organismi pubblici e privati con cui il Master istituisca rapporti di collaborazione.

Borse di studio

È possibile richiedere una "Borsa di Studio" corrispondente al costo del Master (€ 1.500) o come sostegno al periodo di studio e permanenza a Roma e in Italia. La richiesta deve giungere presso la Direzione del Centro Comunicazioni Sociali via e.mail o per posta allegando la presentazione di qualche Istituzione che garantisca l'impegno e la credibilità del richiedente. La Direzione del CCS si riserva di accettare o meno la richiesta in base alla disponibilità economica e alla validità e credibilità della richiesta.

Media Partners



Realizzato in collaborazione con
CEI - Ufficio Cooperazione Missionaria



PONTIFICIA UNIVERSITÀ URBANIANA
Centro Comunicazioni Sociali
Via Urbano VIII, 16 - Roma
tel. 06.69889662
communication@urbaniana.edu

comunicazione
interculturale
missione



PONTIFICIA
UNIVERSITÀ
URBANIANA

Master di I Livello in Comunicazione Sociale nel contesto Interculturale e Missionario

ROMA - Anno Accademico 2010/2011



II Master di I Livello in Comunicazione Sociale nel contesto Interculturale e Missionario, promosso

dalla Pontificia Università Urbaniana, si propone di formare professionisti nel mondo della comunicazione sociale e dei mezzi di comunicazione di massa.

Il Master è rivolto in particolar modo a **giovani religiosi o laici** che intendono operare in ambiti caratterizzati dall'impegno missionario, dalla multiculturalità e dal dialogo interreligioso.

L'obiettivo è fornire loro le conoscenze teoriche, etiche, socio-antropologiche ed ecclesiali per la realizzazione e la gestione di un mezzo di comunicazione di massa. Allo stesso tempo si intende fornire competenze pratiche circa le logiche di produzione, realizzazione e gestione economica di un Periodico, un Network, un Ufficio stampa, un Programma Radio o TV, un Video documentale, in contesti interculturali, di scarse risorse e *digital divide*.

Il Master ha una durata di tredici mesi, da ottobre 2010 a novembre 2011, e attribuisce **90 crediti formativi europei (ETCS)**. Si articola in 384 ore di lezioni frontali e seminari e in 168 ore di laboratorio.

Nella prima parte del programma le lezioni saranno comuni, in seguito ogni studente potrà scegliere il suo **profilo di specializzazione** tra:

- **Profilo Stampa e Comunicazione Istituzionale**
ufficio stampa, corrispondente agenzia o periodico
- **Profilo Comunicazione Audiovisiva e Multimediale**
operatore e autore Radio, Tv, Web

Durante i mesi estivi e autunnali del 2011 è previsto uno **stage** di almeno 100 ore presso i Media partners del Master o altri Media accreditati.

Per il conseguimento del Titolo del Master è necessaria:

- la **frequenza** di almeno il 75% delle attività didattiche,
- il **superamento degli esami** dei corsi,
- la **presentazione degli elaborati** di volta in volta richiesti nei singoli laboratori,
- la realizzazione di almeno **100 ore di stage**, certificate presso uno dei Media Partners del Master o presso altri Media riconosciuti,
- la presentazione di un **lavoro personale di ricerca e produzione** in forma di elaborato scritto o di prodotto multimediale (audio o video) da concordare con un docente del Master e da scegliere nell'ambito di uno dei due profili proposti.

P Presentazione dei Corsi e Laboratori del Master

• I Semestre (comune)

CORSI

- **Comunicazione interculturale: un approccio socio-antropologico**
- **Arte sacra, semiotica e simbologia cristiana**
- **Teologia della missione e comunicazione interculturale**
- **Economia dei media e marketing etico**
- **Teoria e tecniche del linguaggio televisivo I**
- **Teoria e tecniche del linguaggio radiofonico, I**
- **Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico, I**
- **Teoria e tecniche del linguaggio Web, I**

LABORATORI

- **Laboratorio di linguaggio radiofonico, I**
- **Laboratorio di linguaggio giornalistico, I**
- **Laboratorio produzione video, I**
- **Laboratorio di linguaggio Web, I**

• II Semestre (specialistico)

CORSI

- **La comunicazione umana: filosofia e letteratura interculturale**
- **Etica della comunicazione sociale**
- **Pastorale della comunicazione**
- **Pedagogia interculturale**
- **Economia dei Media e Comunicazione valoriale**
- **Teoria e tecniche del linguaggio Web, II**

LABORATORI

Laboratorio di linguaggio Web, II *Laboratorio comune*
Il Teatro: origini dell'evento comunicativo *Laborat. comune*

a) Profilo Stampa e Comunicazione Istituzionale

(ufficio stampa, corrispondente agenzia o periodici)

CORSI

Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico, II

LABORATORI

Laboratorio di linguaggio giornalistico, II

b) Profilo Comunicazione Audiovisiva e Multimediale

(operatore e autore Radio, TV, Web)

CORSI uno a scelta tra:

Teoria e tecniche del linguaggio radiofonico, II
Teoria e tecniche del linguaggio televisivo, II

LABORATORI uno a scelta tra:

Laboratorio di linguaggio radiofonico, II
Laboratorio produzione video, II

D Docenti

Direzione del Master

- LUCA PANDOLFI
Antropologo, sociologo,
Direttore del Centro Comunicazioni Sociali
della Pontificia Università Urbaniana

Docenti

- MASSIMO ANGELELLI
Teologo pastorale, esperto comunicazione editoriale
- SILVIA BAZZANI
Economista, Esperta marketing – MABq
- PATRIZIA CAIFFA
Giornalista – Agenzia S.I.R.
- PASQUALE D'ANDRETTA
Formatore
- FILIPPO DI BLASI
Informatico – Mondo a Colori Media-Network
- CECILIA GOBBI
Archeologa, Giornalista – Pontificia Università Urbaniana
- FILOMENO LOPEZ
Filosofo, Giornalista – Pontificia Università Urbaniana
- EGIDIO MAGGIONI
Giornalista – MABq
- FRANCO MAZZA
Esperto in comunicazione sociale e pastorale
- CONCETTA MEDDI
Autrice televisiva – R.A.I.
- MARINELLA MONTANARI
Attrice – Jobel teatro
- FLAVIE NGAH NNONO
Giornalista, Videomaker – Pontificia Università Gregoriana
- MARTA PERROTTA
Docente Linguaggi Radiotelevisivi - Università Roma TRE
- SILVONEI PROTZ
Giornalista, Radio Vaticana – Pontificia Università Gregoriana
- EZIO SAVASTA
Sociologo, Webmaster – Pontificia Università Urbaniana
- ANNALISA VENDITTI
Giornalista – Pontificia Università Urbaniana