



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Universit degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano 	Scienze della comunicazione(<i>IdSua:1560412</i>)
Nome del corso in inglese 	Communication
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso 	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea 	http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/corsi-di-laurea#L_20
Tasse	https://www.unimc.it/it/iscrizione-e-carriera/tasse-contributi/come-quando-pagare
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	GISTRÌ Giacomo
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio delle Classi Unificate in Scienze della Comunicazione L20 e Comunicazione e culture digitali LM19
Struttura didattica di riferimento	Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BERTOLAZZI	Alessia	SPS/07	RU	1	Base/Caratterizzante
2.	BONGELLI	Ramona	M-PSI/01	RU	1	Caratterizzante
3.	CAR	Ronald	SPS/03	PA	1	Affine
4.	CEGOLON	Andrea	M-PED/01	RU	1	Caratterizzante
5.	GABALLO	Viviana	L-LIN/12	RU	1	Base
6.	GISTRÌ	Giacomo	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante

7.	MANCINO	Anton Giulio	L-ART/06	PA	1	Caratterizzante
8.	RONDINI	Andrea Raffaele	L-FIL-LET/11	PA	1	Base
9.	VENTRONE	Angelo	M-STO/04	PO	1	Base/Caratterizzante

Rappresentanti Studenti	CARAFÀ NATASCIA n.carafa@studenti.unimc.it
--------------------------------	--

Gruppo di gestione AQ	ALESSIA BERTOLAZZI RONALD CAR NATASCIA CARAFÀ ROBERTA CATENA ANDREA CEGOLON GIACOMO GISTRI
------------------------------	---

Tutor	Anton Giulio MANCINO Maria Letizia ZANIER Giacomo GISTRI Alessia BERTOLAZZI Andrea CEGOLON Ramona BONGELLI Andrea Raffaele RONDINI
--------------	--



Il Corso di Studio in breve

12/06/2020

La comunicazione e l'informazione svolgono oggi un ruolo strategico nelle organizzazioni pubbliche e private. La conoscenza dei meccanismi che le regolano e il possesso degli strumenti per governarle sono, pertanto, condizioni cruciali per l'inserimento nei numerosi contesti professionali.

Gli obiettivi formativi qualificanti del Corso di Studio riguardano le competenze di base e le abilità specifiche per potersi collocare professionalmente nei settori dell'informazione e della comunicazione, in organizzazioni pubbliche e private. Inoltre, le conoscenze trasmesse dal Corso costituiscono una solida base per il proseguimento degli studi a livello di laurea magistrale, proposto dalla sede nella classe LM-19 Comunicazione e culture digitali.

I laureati acquisiscono conoscenze e competenze nel campo della comunicazione e dei media tradizionali e digitali, attraverso l'approfondimento di discipline in ambito linguistico, semiotico, psicologico, sociologico, storico, economico e normativo. Il laureato nella classe deve inoltre acquisire le cognizioni utili all'analisi critica e alla produzione narrativa e testuale di contenuti informativi, comunicativi, creativi, promozionali. Particolare importanza, fra le finalità del corso, rivestono la progettazione, l'allestimento pratico e la gestione di forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni o istituzioni. A questo scopo, il Corso offre allo studente sia attività di tirocinio curriculare obbligatorio, sia specifici laboratori, allo scopo di trasmettere competenze tecniche e professionalizzanti. Gli obiettivi formativi prevedono, inoltre, l'uso in forma scritta e orale delle lingue straniere, a partire da quelle comunitarie, e la sempre maggior conoscenza della lingua italiana, sia nelle sue valenze tecniche che creative.

Il Corso di Studio si articola in due curricula:

- il curriculum in "Comunicazione d'Impresa" si propone di costruire competenze idonee a svolgere attività professionali nell'ambito del marketing, della pubblicità e delle PR spendibili nelle variegate aree che compongono la comunicazione aziendale: istituzionale, organizzativa, di mercato e finanziaria. I laureati in questo curriculum devono possedere competenze teoriche, metodologiche e pratiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi utilizzabili in campagne pubblicitarie e di marketing presso istituzioni pubbliche e private;

- il curriculum in "Comunicazione di Massa" mira a costruire competenze idonee a svolgere attività professionali nell'ambito del giornalismo e della diffusione sociale e culturale dell'informazione, nella gestione degli uffici stampa e nelle relazioni con il

pubblico.

I laureati in questo curriculum devono possedere competenze teoriche, metodologiche e pratiche di base nei vari settori delle comunicazioni di massa, nelle sue forme classiche (verbali e visive), e di ultima generazione. In particolare devono essere in grado di analizzare criticamente le diverse tipologie di testo e gli effetti dei media sulle varie dimensioni dell'agire sociale.

Gli sbocchi professionali del Corso di Studio sono costituiti principalmente dalle imprese e dalle agenzie di comunicazione e, più in generale, dalle organizzazioni, pubbliche e private, nazionali ed estere, ove i laureati possono ricoprire ruoli in qualità di tecnici del marketing (marketing manager, operatore di web marketing ecc.), tecnici della pubblicità (account, art director, media planner), tecnici delle pubbliche relazioni, tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale.

Lo studente ha la possibilità di svolgere periodi di studio allestero, attraverso il programma Erasmus+, scegliendo tra numerosi accordi di scambio con università straniere.

Link: http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/corsi-di-laurea#L_20



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

23/02/2017

Il Corso di Laurea triennale in Scienze della Comunicazione, attraverso i suoi distinti curricula formativi, deve permettere agli studenti di acquisire competenze spendibili nel territorio con riguardo a diversi profili professionali inerenti alla comunicazione, sia nell'ambito delle tecnologie tradizionali che della comunicazione digitale.

Oltre che nel campo dei tradizionali mezzi di informazione e di comunicazione, i laureati del CdS dovranno essere in grado di operare nell'ambito dei nuovi media, di svolgere attività di informazione, comunicazione e relazione con il pubblico, sia per conto della Pubblica Amministrazione e delle istituzioni locali, regionali e nazionali, che delle aziende e delle associazioni no-profit, nei diversi apparati dell'industria culturale e nel marketing aziendale dei servizi e dei consumi.

Specifici indirizzi dovranno essere mirati a rispondere alle esigenze della realtà territoriale delle Marche, che si caratterizza per un tessuto capillare di piccole e medie imprese, all'interno del quale opera un prestigioso e dinamico distretto culturale. Considerate le indicazioni emerse attraverso i canali di consultazione periodici che il CdS ha attivato con le rappresentanze di categoria, gli obiettivi formativi e professionalizzanti del presente corso di studi sono stati valutati positivamente dalle organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni ai sensi del D.M. 270/2004, art.11, c. 4, nella seduta plenaria di consultazione del 3 dicembre 2007.

Una seconda seduta di consultazione si è svolta in data 14.01.2011 (il resoconto è allegato).

Seguendo le indicazioni delle CEV di rendere maggiormente sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, il CdS:

1. ha elaborato e somministrato una intervista semi-strutturata inviata alle parti sociali;
2. ha organizzato un incontro in presenza;
3. ha ritenuto di rendere strutturale e continuo il confronto con le parti sociali, anche nel corso degli A.A. 2016/17 e successivi;
4. allettato di quanto esposto nei punti da 1 a 3, sta valutando l'opportunità di istituire un gruppo di lavoro (potremmo chiamarlo Comitato di Indirizzo) per l'analisi dell'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati.

1. Elaborazione e somministrazione dell'intervista semi-strutturata (per i dettagli, cfr quadro A1b scheda SUA-CdS)

Nel mese di ottobre 2015, i proff. Bertolazzi, Pojaghi, Gistri, Bongelli, D'Ambrosi e Cegolon hanno redatto un'intervista semi-strutturata, composta sia da domande aperte sia chiuse, da somministrare attraverso il sistema di Survey online d'Ateneo ad alcuni stakeholder selezionati. I principali obiettivi dell'indagine sono stati: a) individuare le aspettative di enti ed imprese verso i laureati del CdS L-20; b) raccogliere l'opinione degli intervistati sull'offerta formativa del CdS L-20.

Nella scelta degli enti e delle imprese che hanno rapporti con il Dipartimento, contattati per partecipare all'indagine, si è cercato di tenere conto sia della varietà delle attività (settori produttivi), sia del raggio d'azione (regionale, nazionale e sovranazionale). I soggetti che hanno accettato di rispondere all'intervista (Pfizer S.r.l Azienda multinazionale che opera nel settore farmaceutico; Fondazione Banco Alimentare ONlus; ANUSCA, Associazione Nazionale Ufficiali di Stato Civile e Anagrafe; Pil associati srl e pil com srl Agenzia di comunicazione; Comune di Macerata; Associazione Arena Sferisterio; Elicos Srl Impresa operante nel campo dell'informatica e della comunicazione digitale) hanno espresso una valutazione positiva del corso di studio (in una scala da 1 a 7, il voto medio è 4,1). In merito alle loro aspettative nei confronti dei laureati nella Classe, è emerso che le principali competenze richieste sono nell'area del marketing e pubblicità in campo digitale (siti, social media, ecc.), nell'area informatica, nelle attività redazionali (es. elaborazione di testi) e relazionali (es. rapporti con il pubblico, customer care, ecc.). Tra le professioni emergenti nel campo della comunicazione, i rispondenti hanno segnalato soprattutto i profili di social media manager ed esperto web. I principali punti di forza individuati sono stati la multidisciplinarietà e la completezza dell'offerta formativa, sebbene alcuni rispondenti abbiano suggerito di potenziare le competenze dell'area linguistica e di riflettere sulla possibilità di rafforzarne altre (marketing, economiche), nonché di consolidare i rapporti con le imprese e il mercato del lavoro.

2. Incontro in presenza 16 dicembre 2016 (per i dettagli, cfr verbale pdf allegato).

Nei mesi di ottobre/novembre 2016 i docenti del CdS (nello specifico, Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Giacomo Gistri, Rosita Pretaroli) hanno individuato Enti, aziende, associazioni di carattere nazionale e internazionale con cui erano in corso attività formative, di ricerca o di consulenza interessate e/o operanti nel settore della comunicazione pubblica

e/o privata. Nel mese di novembre, tali soggetti sono stati preliminarmente contattati dagli stessi, che telefonicamente hanno avviato accordi per l'organizzazione di un incontro in presenza, definendo modalità e concordando una data di svolgimento. Successivamente, gli stakeholder che hanno dato la propria disponibilità sono stati ricontattati dall'ufficio competente (nelle persone di Roberta Catena e Maria Luce Dragotto), che ha provveduto tramite e-mail ad inviare in data 28 novembre 2016 una prima comunicazione, allegando:

- a) i piani di studio, in modo che gli stakeholder potessero visionarli nel dettaglio;
- b) il link alla scheda SUA contenente le indicazioni dettagliate del CdS.

In data 12 dicembre 2016 una seconda comunicazione, inoltrando i dettagli dell'incontro e allegando, secondo le indicazioni del PQA, il questionario che solitamente viene utilizzato per le consultazioni a distanza, in modo che gli stessi potessero anticipatamente conoscere ciò che sarebbe stato oggetto di discussione nel corso dell'incontro in presenza.

In data 16 Dicembre 2016 si è svolto l'incontro nell'aula 4 del Dipartimento SPOCRI.

Dal colloquio è emerso che le parti sociali consultate considerano adeguata e di qualità l'offerta formativa erogata dal CdS, congruente con gli obiettivi formativi dichiarati e con le figure professionali che il corso prevede. Molto apprezzati anche i laboratori professionalizzanti e le attività di stage obbligatorie.

Tra i suggerimenti, sono emersi, da un lato, la richiesta di potenziare le competenze linguistiche dei nostri studenti e, dall'altro, la necessità di continuare a praticare e rafforzare la buona prassi, già avviata da alcuni docenti del nostro CDS, di invitare rappresentanti del mondo del lavoro a tenere seminari durante i quali presentare case-study. Sia i rappresentanti del mondo del lavoro sia i docenti del CdS si sono comunque detti consapevoli di avere missioni diverse e che la contaminazione auspicabile non deve tuttavia tradursi in una commistione di ruoli e competenze.

Il CdS ha espresso il proprio accordo circa la necessità di continuare sulla strada della contaminazione e, in riferimento al suggerimento di rafforzare le competenze linguistiche dei nostri studenti ha avanzato in seno al consiglio, tenutosi successivamente all'incontro, nella stessa data, la proposta di modificare l'ordinamento didattico, prevedendo per l'anno accademico 2017/18, di allargare il novero degli insegnamenti delle lingue straniere, inserendo la lingua francese (L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese) e fornendo la possibilità agli studenti di caratterizzare i propri percorsi formativi, approfondendo le proprie inclinazioni linguistico-letterarie o storico-politiche, scegliendo tra l'insegnamento SPS/03, storia delle istituzioni politiche, o l'insegnamento di L-FIL-LET/10, Lingua letteraria e linguaggi settoriali (già presente).

Al fine di rendere maggiormente proficua la consultazione con le parti sociali, all'incontro con i docenti del CdS ha fatto seguito una tavola rotonda dal titolo "Le professioni della comunicazione. Evoluzione e digitalizzazione", durante la quale gli stakeholder hanno descritto l'evoluzione ed i mutamenti che hanno coinvolto il settore della comunicazione negli ultimi anni, a partire dalla propria esperienza aziendale, associativa, istituzionale. In tale contesto, docenti e studenti hanno potuto confrontarsi e porre domande inerenti ai temi di discussione a partire dalle dinamiche lavorative esposte dagli stakeholder.

3. Iniziative programmate al fine di rendere strutturale l'interazione con le parti sociali.

I docenti del CdS si sono attivati e si stanno attivando per contattare soggetti ulteriori rispetto agli stakeholder già presenti, al fine di allargare il novero delle parti sociali (in ottica di maggiore internazionalizzazione).

Nel corso del 2017 verrà somministrato un questionario elaborato dal PQA agli stakeholder e si svolgerà una riunione in presenza con le parti sociali disponibili. Sulla base di quanto emerso nella riunione del 16.12.2016 (precedente punto 2), si ritiene necessario coinvolgere gli stakeholder nell'ambito della ordinaria attività didattica dei singoli insegnamenti, attraverso appositi seminari e iniziative laboratoriali, liberamente organizzati dai docenti, in modo da consentire agli studenti, grazie alla interazione dei docenti con gli stessi stakeholder, di sperimentare direttamente lo stretto legame sussistente fra attività didattica impartita e dinamiche lavorative.

4. Ipotesi di istituire un Gruppo di lavoro per l'analisi dell'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati in scienze della comunicazione.

La rapidità con cui sta evolvendo il mondo del lavoro e la modalità con cui le persone possono inserirsi nelle (o costituire) realtà aziendali nel settore della comunicazione o nei molteplici settori affini ha reso oggetto di discussione fra i docenti del CdS l'esigenza di dar vita ad un luogo di riflessione (Comitato di Indirizzo) nel quale approfondire la coerenza dei profili culturali in uscita con l'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati del CdS e di svolgere appositi studi e analisi di dati al riguardo. Tali attività di analisi dovrebbero tenere conto di eventuali documenti o elaborati del gruppo di lavoro della Conferenza dei Presidi, Presidenti e Direttori di strutture didattiche e Corsi in Scienze della Comunicazione, per riflettere sull'offerta formativa dei Corsi di laurea in Comunicazione in Italia, in termini di punti di forza, criticità e prospettive di sviluppo. Nel corso dell'A.A. 2016/17 matureranno le decisioni assunte al riguardo e le relative modalità applicative.

01/07/2020

Seguendo le indicazioni delle CEV di rendere maggiormente sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, il CdS:

1. ha elaborato e somministrato una intervista semi-strutturata inviata alle parti sociali;
 2. ha organizzato un incontro in presenza;
 3. ha ritenuto di rendere strutturale e continuo il confronto con le parti sociali, anche nel corso degli A.A. 2016/17 e successivi;
 4. all'esito di quanto esposto nei punti da 1 a 3, ha ritenuto di istituire un gruppo di lavoro (Comitato di Indirizzo) per l'analisi dell'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati.
- 1 - 2. I punti 1 e 2 sono trattati nel precedente quadro A1.a.
3. Iniziative programmate al fine di rendere strutturale l'interazione con le parti sociali.

I docenti del CdS si sono attivati e si stanno attivando per contattare soggetti ulteriori rispetto agli stakeholder già presenti, al fine di allargare il novero delle parti sociali (in un'ottica di maggiore internazionalizzazione).

Nel corso del 2017 è stato somministrato un questionario elaborato dal PQA agli stakeholder e si è svolta una riunione in presenza con le parti sociali disponibili. Sulla base di quanto emerso nella riunione del 16.12.2016 (precedente punto 2), inoltre sono stati coinvolti gli stakeholder nell'ambito della ordinaria attività didattica dei singoli insegnamenti, attraverso appositi seminari e iniziative laboratoriali, liberamente organizzati dai docenti, in modo da consentire agli studenti, grazie alla interazione dei docenti con gli stessi stakeholder, di sperimentare direttamente lo stretto legame sussistente fra attività didattica impartita e dinamiche lavorative.

"La rapidità con cui sta "evolvendo" il mondo del lavoro e la modalità con cui le persone possono inserirsi nelle (o costituire) realtà aziendali nel settore della comunicazione o nei molteplici settori affini ha reso oggetto di discussione fra i docenti del CdS l'esigenza di dar vita ad un luogo di riflessione nel quale approfondire la coerenza dei profili culturali in uscita con l'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati del CdS in Scienze della Comunicazione.

A tale scopo, la proposta di istituire un comitato di indirizzo è stata discussa all'interno del CCU (rispettivamente nelle sedute del 01/02/2017 e 14/03/2017) e durante una prima riunione (tenutasi il 12/04/2017, i cui esiti sono stati presentati e discussi nelle successive sedute del CCU). Alla riunione hanno partecipato i docenti responsabili per la creazione del comitato (prof.ssa Ramona Bongelli, prof.ssa Rosita Pretaroli, prof.ssa Alessia Bertolazzi, prof. Andrea Cegolon, prof. Giacomo Gistri, prof. Simone Calzolaio), che si sono confrontati sul modello da seguire e, in particolare, sulle associazioni di categoria da coinvolgere, nonché sulle attività iniziali che il comitato dovrà intraprendere. Con cadenza annuale, in prossimità dell'attività di riesame ciclico, il Comitato di Indirizzo:

- svolgerà un apposito studio sui dati ufficiali estrapolati dalle fonti informative segnalate all'interno delle "Linee guida per la consultazione di istituzioni ed attori sociali ed economici" identificate dal PQA di questo Ateneo, relative ai laureati del CDS in Scienze della Comunicazione; inoltre, saranno esaminati i documenti del gruppo di lavoro della Conferenza dei Presidi, Presidenti e Direttori di strutture didattiche relativi ai Corsi di laurea in Scienze della Comunicazione in Italia;
- si riunirà per discutere della coerenza dei profili culturali in uscita con l'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati del CDS in Scienze della Comunicazione;
- relazionerà i risultati al CCU.

Seguendo le indicazioni delle CEV di rendere strutturale e continuo il confronto con le parti sociali, anche nel corso degli A.A. 2017/18 e successivi, il CdS:

1. ha effettuato l'attività periodica di monitoraggio della valutazione del corso di studio;
2. ha organizzato un incontro in presenza di confronto con le parti sociali;
3. ha realizzato una tavola rotonda aperta agli studenti.

1. In una prima fase i docenti del CdS, assieme alla prof.ssa Ramona Bongelli, coordinatrice del gruppo di lavoro stakeholder, si sono attivati - come raccomandato nella relazione delle CEV- per contattare soggetti ulteriori rispetto agli stakeholder già

presenti nel database, al fine di allargare il novero delle parti sociali, tenendo conto sia della varietà delle attività (settori produttivi), sia del raggio d'azione (regionale, nazionale e sovranazionale). Successivamente, nel corso del 2017, è stata avviata una survey online indirizzata all'elenco aggiornato dei contatti. L'indagine effettuata tramite questionario, elaborato dal PQA e rielaborato dal gruppo di lavoro, ha avuto i seguenti obiettivi: a) individuare le aspettative di enti ed imprese verso i laureati del CdS L-20; b) raccogliere l'opinione degli intervistati sull'offerta formativa del CdS L-20, inserendo le figure e gli sbocchi professionali propri del CdS L-20 e LM-19, come indicato dalle schede SUA-CdS.

La prima fase di consultazione online si è aperta il giorno 5 giugno 2017 e si è conclusa il 23 giugno 2017 senza nessun rispondente. La seconda fase, preceduta da contatti telefonici intercorsi tra la prof.ssa Lucia D'Ambrosi e i singoli referenti stakeholder per invitarli alla compilazione del questionario, si è aperta il giorno 27 ottobre 2017 e si è conclusa il 10 novembre 2017 con n. 4 rispondenti al questionario (cfr. Verbale del N 6, Adunanza del giorno 5 dicembre 2017).

2. In data 13 Dicembre 2017 si è svolto l'incontro tra i docenti del corso di studio L-20 (Scienze della Comunicazione) e alcuni rappresentanti del mondo del lavoro locali, nazionali, internazionali (PGS della Multinazionale farmaceutica Pfizer, Area Vasta 3 Macerata di ASUR MARCHE, Agenzia Regionale Sanitaria della Regione Marche, Associazione Culturale Pindaro). I suddetti partecipanti sono stati contattati personalmente dai docenti del corso ed hanno ricevuto, tramite e-mail in data 6/12/2017, da parte dell'ufficio competente, materiale informativo, vale a dire: la scheda SUA; il link ad University e la presentazione ppt utilizzata dalla prof.ssa Alessia Bertolazzi nelle giornate di orientamento. Il materiale è stato inviato affinché i partecipanti prendessero visione dell'organizzazione del corso e fossero in grado di valutare la coerenza del CdS rispetto alle esigenze della società e del mondo produttivo e/o di proporre eventuali suggerimenti o modifiche dell'offerta formativa. Nel corso dell'incontro, i docenti e la Direttrice del Dipartimento si sono confrontati con i rappresentanti delle professioni, rispetto alla chiarezza della denominazione del corso di studio, alla rispondenza delle figure professionali che il corso si propone di formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro e alle possibilità di impiego e alla coerenza tra i risultati di apprendimento previsti dal corso di studio e le competenze richieste dal mondo produttivo.

In generale, le parti sociali hanno espresso apprezzamenti per il corso di studio, segnalando l'importanza di inserire nel programma di studio anche le competenze trasversali (soft skills) e di ampliare l'offerta formativa con insegnamenti/laboratori che abbiano come focus la comunicazione socio-sanitaria o più in generale la comunicazione della salute. Nel prossimo anno accademico tali argomenti saranno oggetto di approfondimento negli insegnamenti di Sociologia e Laboratorio di psicologia del linguaggio e della comunicazione.

Inoltre, alcuni di essi hanno suggerito di potenziare le capacità progettuali e di pianificazione degli studenti, sollecitandoli (anche per mezzo di attività laboratoriali) alla ideazione, progettazione e consegna nel rispetto dei tempi di lavori prestabiliti e di potenziare le capacità di public speaking, prevedendo momenti di progettazione e di presentazione orale del progetto in classe. Tali aspetti saranno discussi con i colleghi nei prossimi consigli di classe, perché tengano conto di questi suggerimenti al momento della compilazione dei loro allegati C.

Un ultimo suggerimento pervenuto riguarda il Piano di studio, con la richiesta di anticipare l'insegnamento di Psicologia del linguaggio e della comunicazione al secondo anno e la cui modifica è stata già inserita nella programmazione didattica 2018/2019. (cfr. Verbale N 2, Adunanza del giorno 7 marzo 2018) vedere quadro B1 Descrizione percorso di formazione

3. Nel pomeriggio del 13 Dicembre, l'incontro con gli stakeholders è stato articolato in una tavola rotonda tematica, "Comunicare il benessere. Prospettive per le professioni della comunicazione". La scelta dell'argomento è stata effettuata in base alla pertinenza delle professioni (dagli stessi rappresentati), da un lato, con il corso di studio e, dall'altro, con il tema individuato. La tavola rotonda è stata moderata da alcuni studenti del corso di laurea L-20 e LM-19. Durante tale incontro, gli studenti hanno avuto la possibilità di avere un confronto diretto con i rappresentanti del mondo del lavoro e rivolgere loro domande sulla pertinenza della loro attuale formazione rispetto alle figure professionali richieste dal mercato del lavoro. (Verbale N 2, Adunanza del giorno 7 marzo 2018)

Nel corso dell'a.a. 2018/19 ha avviato la propria attività il Comitato di indirizzo istituito dal CCU in data 9.5.2017. Sulla base dei compiti assegnati al Comitato si è provveduto a produrre una prima indagine a cura della prof.ssa Alessia Bertolazzi, esposta in sede di CCU del 24.10.2018, in cui è stata presa in considerazione la figura professionale del tecnico di marketing, profilo classificato dall'ISTAT ed inserito nella SUA-CdS della cl. L-20, indirizzo comunicazione d'impresa. Tale analisi ha mostrato dati significativi e corrispondenti con le professionalità richieste dal mercato e con quanto prepara il CdS ad operare nel seguente settore al fine di far acquisire ai laureati specifiche conoscenze e competenze.

Le fonti consultate sono state: ISFOL - Professioni, Occupazione, Fabbisogni <http://professionioccupazione.isfol.it/> ; Excelsior Unioncamere <https://excelsior.unioncamere.net>; ISTAT Rilevazione continua sulle forze di lavoro <https://www.istat.it/it/archivio/212491>.

Inoltre, seguendo l'indirizzo manifestato nella riunione del 16.12.2016 con gli stakeholder, il CCU ha ritenuto necessario coinvolgere gli stakeholder nell'ambito della ordinaria attività didattica dei singoli insegnamenti attraverso appositi seminari e

iniziative laboratoriali organizzate dai docenti, al fine di consentire agli studenti di avere un contatto diretto con gli stakeholder. L'elenco delle iniziative organizzate è contenuto nel quadro B5 - Accompagnamento al lavoro (attività del Corso di studi).

Nell'anno accademico 2019/2020 è stato istituito il nuovo comitato d'indirizzo composto dal prof. Giacomo Gistri (presidente delle classi), dal prof. Andrea Cegolon (delegato al placement), dai professori Alessia Bertolazzi e Simone Calzolaio (referenti AQ rispettivamente della triennale e della magistrale), dai rappresentanti degli studenti L20 e LM19 e da un gruppo di stakeholder rappresentativi dei potenziali sbocchi professionali dei CdS: il direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria ADVcreativi, il titolare dell'Agenzia di Comunicazione PIL Associati, il giornalista reggente della sede di Macerata de "Il Resto del Carlino"; il responsabile Marketing e Comunicazione per la Cultura e lo Spettacolo dal Vivo della Compagnia della Rancia, e il vice presidente esecutivo di Roi Group Srl (divisione Roi Edizioni).

Il 29 maggio si è riunito il Comitato d'Indirizzo e sono state consultate le parti sociali in modalità telematica (attraverso la piattaforma Zoom) ed è stato redatto l'apposito verbale secondo il format messo a disposizione dal PQA. L'obiettivo dell'incontro è stato quello di discutere con gli stakeholder i seguenti punti:

- la denominazione del CdS
- gli obiettivi formativi del CdS
- le figure professionali e gli sbocchi previsti
- i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative

I rappresentanti delle professioni ritengono adeguati la denominazione dei due curricula: "comunicazione di massa" e "comunicazione d'impresa" e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso si propone di formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro, suggeriscono di connotare maggiormente i due percorsi aumentando gli insegnamenti dell'area aziendale nel curriculum in comunicazione d'impresa (altri esami di marketing e comunicazione pubblicitaria) e rafforzando le capacità di scrittura e di gestione dell'ufficio stampa per il curriculum in comunicazione di massa.

Tali riflessioni guideranno la modifica dell'offerta formativa a partire dall'a.a. 2021/2022.

In seguito, gli stessi rappresentanti del mondo del lavoro con l'aggiunta del Country Communication & Sustainability Manager di IKEA hanno partecipato ad una tavola rotonda moderata dalla rappresentante degli studenti sul tema: "I professionisti della comunicazione digitale. Esperienza e domanda di formazione a confronto". Durante tale incontro, ciascuno ha menzionato quali aspetti ritenesse più importanti per la formazione rispetto alle richieste dal mercato del lavoro.

La consultazione delle parti sociali si terrà con cadenza almeno biennale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale e Locandina dell'incontro del 29 maggio 2020 approvato nella seduta del CCU del giorno 8 luglio 2020



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il CdS forma un esperto di comunicazione nell'ambito della gestione delle TIC tradizionali e digitali, con competenze specifiche nell'area della comunicazione pubblicitaria e in quella mediale, rivolte alle imprese, alle istituzioni pubbliche e ai settori del non profit. In coerenza con i profili formativi delineati, il CdS propone attività didattiche differenziate su due indirizzi curriculari: indirizzo in comunicazione di massa e indirizzo in comunicazione di impresa.

funzione in un contesto di lavoro:

L'esperto in Comunicazione di Massa si occupa dell'attività di comunicazione nelle relazioni pubbliche di imprese, della pubblica amministrazione e del terzo settore organizzando e gestendo la comunicazione interna ed esterna; collabora alla creazione di servizi culturali, anche attraverso l'utilizzo di social media per la loro diffusione e commercializzazione; partecipa all'organizzazione dei servizi di informazione di media audiovisivi e radiofonici.

competenze associate alla funzione:

Le competenze associate alle funzioni sono quelle della Comunicazione di massa e dei nuovi media, della sociologia della comunicazione, delle forme della comunicazione letteraria e multimediale, della testologia semiotica, della conoscenza dell'inglese e di altra lingua europea, del diritto dell'informazione e della comunicazione, della politica economica, della psicologia sociale e della comunicazione, accanto ad una preparazione informatica di base.

sbocchi occupazionali:

Uffici stampa e redazioni giornalistiche, uffici per le relazioni con il pubblico, aziende editoriali e pubblicitarie, imprese, implementazioni di modelli e funzioni comunicative per l'ambito aziendale, impiego nella pubblica amministrazione, soluzioni creative per contenuti ad elevata simbolicità, collaboratore alle produzioni radiofoniche televisive e audiovisive, collaboratore alla progettazione di sistemi informativi multimediali.

Il CdS forma un esperto di comunicazione nell'ambito della gestione delle TIC tradizionali e digitali, con competenze specifiche nell'area della comunicazione pubblicitaria e in quella mediale, rivolte alle imprese, alle istituzioni pubbliche e ai settori del non profit. In coerenza con i profili formativi delineati, il CdS propone attività didattiche differenziate su due indirizzi curriculari: indirizzo in comunicazione di massa e indirizzo in comunicazione di impresa.

funzione in un contesto di lavoro:

L'esperto in Comunicazione di impresa si occupa di management comunicativo, possedendo competenze adeguate a collaborare alla scelta delle tecnologie idonee per la gestione efficace della comunicazione aziendale interna ed esterna; pianifica le strategie per sviluppare e migliorare le relazioni con i consumatori e le istituzioni; collabora alla gestione delle risorse umane nelle strutture pubbliche e private, imprese e terzo settore; redige rapporti di valutazione e di programmazione della comunicazione aziendale e/o istituzionale.

competenze associate alla funzione:

Tecniche di marketing (Marketing), conoscenza delle relazioni economiche di mercato (Politica Economica), conoscenza delle regole giuridiche di base della comunicazione e della informazione (Diritto dell'informazione e della comunicazione), Conoscenze linguistiche settoriali (Semiotica, lingua inglese), conoscenze delle dinamiche dei gruppi (Psicologia sociale, Sociologia della comunicazione, Sociologia del lavoro, Metodologie della ricerca sociale), conoscenze di base di informatica.

sbocchi occupazionali:

Junior manager della comunicazione d'impresa, della comunicazione pubblica e del terzo settore; responsabile della comunicazione per aziende editoriali, pubblicitarie e culturali; collaboratore alla progettazione di sistemi informativi multimediali; Agenzie pubblicitarie, Imprese, organizzazioni, società di consulenza che si occupano di promozione turistica, Uffici di comunicazione di imprese e organizzazioni, Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni, Centri media.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
4. Agenti di pubblicità - (3.3.4.4.0)
5. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

Per essere ammessi al corso di laurea triennale, classe L-20 occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero, legalmente riconosciuto in Italia.

Gli studenti devono possedere una buona preparazione di base tale da favorire un più agevole accostamento ai contenuti e ai lessici peculiari dei saperi disciplinari interessati, buona capacità di espressione linguistica, nonché di analisi e sintesi di testi di complessità medio-alta.

La verifica di tale preparazione è data per acquisita se lo studente ha conseguito il diploma di scuola secondaria superiore o il titolo equipollente con una votazione pari o superiore a 70/100 (42/60) del vecchio sistema.

Nel caso lo studente non si trovi nella condizione sopra descritta sarà tenuto a svolgere una prova di verifica delle conoscenze, secondo le modalità indicate dal Regolamento del Corso di Studio. Il mancato superamento della prova comporta l'attribuzione di obblighi formativi che lo studente è tenuto a colmare secondo le modalità indicate nel Regolamento del Corso di studio, in conformità a quanto specificato nel successivo sottoquadro A3b della scheda SUA-CdS.

Link :

<http://www.unimc.it/it/ateneo/organizzazione-e-regolamenti/regolamenti-di-ateneo/regolamenti.corsi.di.studio.modificati.sa.29.11.20>



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

01/07/2020

In linea con le richieste del Nucleo di Valutazione d'Ateneo e dei rilievi effettuati dalle Commissioni di Esperti Valutatori, il Consiglio di Classe Unificato ha approvato per gli studenti in possesso di diploma con votazione inferiore a 70/100 le nuove procedure di ammissione al corso di studi L-20, nel rispetto di quanto indicato nel regolamento didattico del CdS.

La prova ha l'obiettivo di verificare le capacità di comprensione di testi di medio-alta complessità, le capacità di espressione (in particolare, chiarezza) e la capacità di sintesi. Agli studenti sarà chiesto (a) di riassumere un brano di letteratura o un articolo giornalistico di carattere settoriale o generale e (b) di rispondere a tre domande di comprensione del testo.

La prova, caricata sull'apposita piattaforma survey d'Ateneo da parte del personale tecnico amministrativo, si terrà nelle date indicate e pubblicizzate nel sito del Dipartimento, presso le aule informatiche del polo didattico Pantaleoni, laddove disponibili, al fine di consentirne lo svolgimento in modalità informatizzata.

Tale procedura permetterà agli studenti di utilizzare strumenti informatici per la produzione di un testo e ai docenti della commissione di valutazione nominata una più agevole correzione dei compiti e una loro immediata archiviazione e conservazione.

La commissione valuterà gli elaborati degli studenti (riassunto e risposte alle domande) sulla base dei seguenti criteri:

- capacità di comprensione;
- capacità di espressione;
- capacità di sintesi.

In caso di esito negativo della prova, non ostativa all'immatricolazione, lo studente sarà tenuto a soddisfare gli obblighi formativi aggiuntivi (OFA) durante il primo anno di corso, con l'attribuzione di:

- (1) n. 1 OFA qualora la Commissione rilevasse lievi imperfezioni, in particolare concernenti la capacità di sintesi e la chiarezza espositiva;
- (2) n. 2 OFA per carenze che si manifestino nella capacità espositiva e nella comprensione dei dettagli contenutistici del testo analizzato;
- (3) n. 3 OFA per evidente carenza di comprensione degli aspetti centrali del testo.

Gli OFA saranno soddisfatti mediante:

a. lo studio di parti di testi di medio-alta complessità concordati con il docente afferente al SSD L-FIL-LET/11, durante il suo orario di ricevimento studenti e

b. la produzione di un riassunto scritto delle parti di testo concordate.

Nel caso in cui il docente, in seguito alla correzione dei testi riassunti, ritenga persistere lacune e carenze di comprensione, espressione e sintesi di testi scritti, concorderà con lo studente la ripetizione della procedura.



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

10/01/2017

Il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende formare Laureati in possesso di: competenze di base nei settori strategici della comunicazione di massa e delle abilità necessarie per affrontare le innovazioni tecnologiche e per elaborare nuovi linguaggi; competenze idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali; abilità metodologiche per la gestione dei flussi di comunicazione all'interno delle imprese; competenze funzionali alla definizione dell'immagine aziendale; abilità necessarie per l'approfondimento e la gestione della comunicazione nell'ambito dell'industria culturale, di competenze adeguate alla elaborazione e programmazione della comunicazione interna ed esterna delle organizzazioni sociali e politiche.

Il Laureato dovrà essere in grado di utilizzare in forma scritta e orale almeno una lingua dell'Unione Europea e conoscere i principali strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti di specifica competenza.

Per orientare gli studenti verso progetti formativi più specifici, il corso di laurea si articola in due curricula, corrispondenti a due ampie aree professionali in cui i processi di comunicazione rivestono un ruolo centrale:

Comunicazione di massa:

I Laureati in questo curriculum devono possedere competenze di base nei vari settori delle comunicazioni di massa, nelle sue forme classiche, verbali e visive, e di ultima generazione; possedere le abilità necessarie per affrontare le innovazioni tecnologiche; elaborare nuovi linguaggi verbali ed iconici nel settore della comunicazione di massa e on line; essere in grado di analizzare criticamente le diverse tipologie testologiche e gli effetti dei media sulle varie dimensioni dell'agire sociale, anche in riferimento alla evoluzione storica del sistema politico e istituzionale.

Comunicazione d'impresa:

I Laureati in questo curriculum devono possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi, di marketing e campagne pubblicitario-promozionali, anche on line; abilità metodologiche per la gestione dei flussi di comunicazione in imprese operanti nei vari settori delle attività produttive; competenze funzionali alla definizione della corporate image aziendale, competenze economico-giuridiche, anche in riferimento alla capacità di comprendere criticamente i tratti essenziali della evoluzione storica del sistema politico e istituzionale ove le imprese operano.

Sono comuni agli indirizzi le abilità necessarie per attività relazionali, di analisi dei dati e target di mercato e dei sondaggi di opinione, abilità di progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale; un'adeguata formazione nell'ambito degli strumenti di diffusione e promozione della cultura, intesi come complesso di attività legate agli eventi culturali, nonché come specifiche funzioni comunicative nei settori produttivi e massmediatici di rilevanza anche territoriale e un'adeguata formazione di base relativamente ai settori delle dinamiche e dei comportamenti psico-sociologici, delle fenomenologie narrative, arti verbali e visive considerati sia dal punto di vista storico, economico, semiotico che degli specifici linguaggi espressivi.

In base agli obiettivi formativi si modellano i percorsi didattici per il triennio di Scienze della comunicazione.

Il percorso formativo della Classe, che si sviluppa nei curricula sopra descritti, prevede all'interno di ciascuno di essi un blocco di discipline che costituiscono il nucleo formativo necessario per sviluppare il profilo professionale degli operatori impiegati nell'ambito della comunicazione.

A seconda del campo di applicazione in cui la comunicazione viene utilizzata, richiede approfondimenti teorici ed applicati in alcuni ambiti disciplinari specifici.

Il curriculum di comunicazione di massa si caratterizza in linea generale per la preponderanza delle discipline orientate allo studio e all'analisi di sistemi sociali complessi con particolare attenzione ai fenomeni che caratterizzano la società e l'industria culturale postmoderna. Il curriculum di comunicazione d'impresa mostra una prevalenza delle discipline il cui contenuto è rivolto all'analisi del comportamento degli operatori socio-economici nella loro interazione col mercato, i consumi, gli assetti storico-istituzionali e giuridici.

Comuni sono l'approfondimento delle metodologie d'analisi dei linguaggi, dei codici semiotici e dei testi specifici dei settori caratterizzanti lo sviluppo culturale e comunicativo, con attenzione all'evoluzione dei mondi sociali in termini storici e odierni; lo studio delle discipline socio-mediologiche, economico-giuridiche e psicologiche applicate agli enti pubblici e alle organizzazioni sociali.

I risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i descrittori europei del titolo di studio, saranno conseguiti tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; esperienze di tirocinio professionale supportate da attività di tutorato e supervisione. I risultati di apprendimento attesi saranno verificati tramite: prove intermedie e finali, tesine scritte, esercitazioni pratiche, redazione di brevi relazioni su seminari, convegni di settore.



QUADRO A4.b.1

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione

I laureati in Scienze della Comunicazione potranno avvalersi di una formazione nelle aree economico-giuridica, sociologica e delle scienze umane, linguistica, letteraria, comunicativa e storica. In entrambi i curricula saranno fornite conoscenze approfondite ed interdisciplinari funzionali alla comprensione e all'analisi critica (narrativa, linguistica, semiotica, psicologica, sociologica, storica e normativa) dei fenomeni comunicativi (anche complessi) in relazione alla evoluzione storica del sistema politico ed istituzionale, ai più recenti mutamenti tecnologici, nonché ai cambiamenti nella gestione dei dati e delle informazioni.

Nello specifico, nel curriculum Comunicazione di Massa, le conoscenze fornite saranno specificamente orientate all'acquisizione di strumenti utili alla comprensione e all'analisi delle diverse tipologie testuali (scritte, orali, visuali ecc.) proprie della comunicazione mass-mediatica e culturale nelle loro manifestazioni sia classiche sia digitalizzate/informatizzate/di ultima generazione.

Nel curriculum Comunicazione di Impresa, le conoscenze fornite saranno specificamente dirette all'acquisizione di strumenti utili alla comprensione e all'analisi delle differenti tipologie comunicative utilizzate dalle imprese operanti nei vari settori dell'attività produttiva. In particolare, le conoscenze interdisciplinari permetteranno agli studenti di comprendere i modi in cui le imprese prendono decisioni e gestiscono i rapporti con i clienti, i fornitori, i consumatori ecc.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Il CdS L-20, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione rivolta all'acquisizione di capacità operative. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi e alla redazione di differenti prodotti testuali.

Nello specifico, nel curriculum Comunicazione di Massa, si acquisiranno competenze adeguate a sviluppare prodotti comunicativi e culturali per enti pubblici e privati; nel curriculum Comunicazione di Impresa, si acquisiranno competenze adeguate a partecipare attivamente all'attività comunicativa d'impresa.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienze obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende, supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Inoltre la capacità di applicare la conoscenza e la comprensione trova conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito lo studente è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti dell'argomento approfondito.

▶ QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Area Economico-Aziendale e Giuridica

Conoscenza e comprensione

Sul piano giuridico, il percorso formativo introduce alla conoscenza degli elementi istituzionali del diritto pubblico e delle libertà fondamentali garantite dal testo costituzionale, con una attenzione particolare alla libertà e segretezza della corrispondenza ed alla libertà di manifestazione del pensiero. La conoscenza di tali diritti fondamentali viene approfondita, anche nei suoi risvolti applicativi connessi con l'utilizzo delle nuove tecnologie, attraverso lo studio del diritto dell'informazione e della comunicazione.

Sul piano economico-aziendale, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze di base inerenti alla disciplina del marketing. In particolare, i fondamenti e le problematiche gestionali saranno affrontati in modo rigoroso, offrendo allo studente un inquadramento logico e metodologico adeguato alla piena comprensione dei modi in cui le aziende prendono le decisioni e implementano le relative politiche con riferimento al loro rapporto con i consumatori, i clienti, la concorrenza e i distributori.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la comprensione saranno agevolate, sul piano applicativo, dall'offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sul piano giuridico, la formazione impartita offre la capacità di conoscere le istituzioni italiane ed europee, di comprendere e distinguere le diverse fonti del diritto e il loro valore, di conoscere i criteri per interpretarle. In modo particolare, la formazione giuridica erogata permette di conoscere le specifiche normative che regolano il sistema dell'informazione e della comunicazione, al fine di poter correttamente operare e applicare le altre conoscenze acquisite nel campo della comunicazione.

Sul piano economico-aziendale, la formazione impartita offre la capacità di conoscere i metodi necessari per poter prendere le decisioni strategiche e operative che riguardano la condotta aziendale, indipendentemente dal settore merceologico di riferimento. In particolare, relativamente alla parte strategica, vengono approfondite le tecniche di costruzione della mappa di scenario, l'analisi SWOT e i processi di segmentazione e posizionamento. Per quanto riguarda le decisioni operative, gli studenti saranno in grado di manovrare le variabili del marketing mix (prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione) in modo coerente e integrato per giungere alla costruzione del piano di marketing. Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nelle esperienze obbligatorie di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende. Tali esperienze verranno supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in

sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA [url](#)

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO [url](#)

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (LD) [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING [url](#)

LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE [url](#)

LABORATORIO DI POLITICA ECONOMICA E BIG DATA ANALYSIS [url](#)

LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI [url](#)

LABORATORIO:IL PIANO MARKETING (*modulo di MARKETING*) [url](#)

MARKETING (*modulo di MARKETING*) [url](#)

Area Sociologica e delle Scienze Umane

Conoscenza e comprensione

L'area sociologica e delle scienze umane ha come obiettivo l'acquisizione di concetti, teorie e modelli che concernono le discipline sociologiche (sociologia generale, della comunicazione, del lavoro, giuridica e politica), psicologiche (psicologia del linguaggio e della comunicazione, psicologia sociale) e pedagogiche. L'area si caratterizza per l'analisi delle relazioni interpersonali e delle dinamiche connesse all'evoluzione delle principali istituzioni sociali, culturali, educative-formative, politiche, economiche, giuridiche, che caratterizzano le società contemporanee.

In particolare, per quanto concerne l'ambito psicologico, lo scopo formativo è quello di conseguire la conoscenza delle principali teorie riguardanti il linguaggio e la comunicazione (interpersonale, di massa e istituzionale) e, più in generale, l'agire umano.

Nel settore sociologico, lo scopo è di conseguire la conoscenza dei concetti base della sociologia, delle principali teorie sociali contemporanee e dei metodi di ricerca sociale. Inoltre, prevede la comprensione dei modelli sociologici della comunicazione, delle caratteristiche distintive dei mezzi di comunicazione (stampa, radiotelevisione, nuovi canali tecnologici, informatici e multimediali) e degli effetti dei mass media e dei nuovi media sull'agire sociale.

Infine, in merito ai processi formativi, si intende raggiungere la comprensione dei significati e delle finalità dell'educazione, dell'istruzione e della formazione e dell'influenza esercitata da tali processi sul tessuto socio-economico di un paese.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dall'offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La comprensione delle dinamiche sociali, psicologiche e pedagogiche, che caratterizzano le relazioni interpersonali in differenti contesti e livelli, è fondamentale per l'acquisizione di competenze utili alla progettazione e realizzazione di attività e servizi nel settore della comunicazione, nell'adottare strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione, nonché nell'elaborare nuovi linguaggi nel settore della comunicazione di massa e dei nuovi media.

L'area sociologica e delle scienze umane consente di sviluppare, inoltre, capacità di applicazione dei principali strumenti teorico-metodologici delle scienze sociali, psicologiche e pedagogiche all'analisi dei processi e delle strutture delle società contemporanee. In particolare, offre competenze nell'utilizzo delle principali tecniche qualitative e quantitative di ricerca sociale, pedagogica e psicologica.

L'area sociologica e delle scienze umane consente, quindi, l'acquisizione di un atteggiamento critico nella valutazione delle dinamiche sociali e dei comportamenti individuali e collettivi, attraverso la conoscenza delle dimensioni cognitive, sociali e culturali che concorrono a influenzare la percezione della realtà.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consistono nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienza obbligatoria di stage coerenti con gli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende, supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE DI MASSA E NUOVI MEDIA [url](#)

LABORATORIO DI CREAZIONE DI PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI [url](#)

LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (*modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI*) [url](#)

LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE [url](#)

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

PSICOLOGIA SOCIALE [url](#)

SOCIOLOGIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEL LAVORO [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA GIURIDICA E DEL MUTAMENTO SOCIALE [url](#)

TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (*modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI*) [url](#)

Area linguistica, letteraria, comunicativa e storica

Conoscenza e comprensione

Gli elementi caratterizzanti l'area consentono di acquisire la padronanza del lessico specifico di ogni disciplina, le metodologie d'analisi delle diverse forme verbali ed iconiche di testualità, la capacità di analisi critica e l'interpretazione di testi multimediali, nell'evoluzione dei diversi contesti storico-politici di riferimento.

L'area si propone le finalità di offrire la conoscenza e la capacità di comprensione adeguate a sviluppare le competenze per il supporto comunicativo nella comunicazione aziendale e nella pubblica amministrazione;

la modalità di promozione e diffusione mediatica dei contenuti culturali nazionali e internazionali;

la conoscenza e l'applicazione delle tecniche dei media verbo-visuali;

la conoscenza e pratica scritta e orale di almeno due lingue e culture dell'Unione Europea, con particolare riguardo alla lingua inglese;

la conoscenza delle tecniche di decodifica delle relazioni intersemiotiche tra diversi media;

l'apprendimento della storicità dei codici e dei linguaggi.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studente e docente in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore, sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici. La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Rispetto alla possibilità di applicazione delle conoscenze acquisite, l'area intende in generale infondere una capacità di analisi scientifica dei testi mediatici, storici, letterari e dotati di complessità segnica nonché delle testualità iconiche e sociali; l'implementazione dei contenuti comunicativi e culturali per enti pubblici e privati; la creazione di testi promozionali; la creazione di contenuti culturali per i media; i procedimenti di analisi, di decodifica e di interpretazione dei testi su più livelli (linguistico, semiotico, iconico, storico, storico-istituzionale e politico, letterario, editoriale e web); la creazione di testi interdisciplinari rivolti al pubblico nazionale e internazionale; la creazione di relazioni e rapporti intersemiotici tra diversi media.

Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienza obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO [url](#)

ESTETICA [url](#)

FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA [url](#)

INFORMATICA [url](#)

LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E NUOVE TECNOLOGIE VISUALI [url](#)

LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO [url](#)
 LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA [url](#)
 LINGUA E CULTURA FRANCESE [url](#)
 LINGUA E CULTURA SPAGNOLA [url](#)
 LINGUA E CULTURA TEDESCA [url](#)
 LINGUA INGLESE [url](#)
 LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI [url](#)
 LINGUISTICA DEI MEDIA [url](#)
 SEMIOTICA [url](#)
 STORIA CONTEMPORANEA [url](#)
 STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Le capacità sviluppate dal Corso consentono di formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera indipendente il proprio giudizio sullo stato effettivo dei processi di comunicazione; di lavorare per obiettivi e procedere per problem solving; di padroneggiare metodologie di ricerca e strumenti per l'analisi dei dati; di approcciare strategie di marketing e di costruzione semiotica di testi verbo-visuali.

Inoltre il Laureato potrà essere in grado di analizzare criticamente gli effetti dei mass media sulle varie dimensioni dell'agire sociale; esercitare autonomia di giudizio nel valutare e quantificare il risultato delle azioni comunicative interne ed esterne all'impresa; valutare e scegliere le strategie comunicative più idonee a un determinato prodotto culturale; acquisire strumenti metodologici e di analisi critica dei testi e dei discorsi sociali, nelle loro diverse forme ed in una pluralità di contesti politico-istituzionali, nei loro mezzi di espressione e di manifestazione, nel loro profilo normativo, psicologico, sociologico.

Il conseguimento della autonomia di giudizio dello studente viene accertato attraverso la verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione tramite le prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale degli insegnamenti, anche a carattere applicativo, come i laboratori didattici.

L'autonomia di giudizio dello studente trova, inoltre, specifica valorizzazione e verifica in sede di stage, in quanto lo studente è tenuto, una volta terminato lo stage, a compilare apposito questionario di valutazione dell'effettivo grado di svolgimento del progetto formativo e delle competenze sviluppate. L'autonomia di giudizio dello studente trova la sua conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti dell'argomento approfondito.

Abilità comunicative

Il Laureato svilupperà la capacità di veicolare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto; lavorare in gruppo e saper interagire con altre figure professionali; condividere con i gruppi di riferimento i risultati delle proprie analisi e ricerche; saper utilizzare abilità linguistiche orali e scritte nelle lingue straniere scelte e nei codici linguistici multimediali.

A partire dalla padronanza dei linguaggi e degli alfabeti specifici delle diverse discipline, il Laureato sarà in grado di progettare, produrre e distribuire testi creativi e di supporto; saper redigere rapporti sui problemi attuali di economia con linguaggio tecnico e consapevolezza di metodo; conoscere e sviluppare piani di promozione e comunicazione di un evento culturale, creando partnership con gli altri attori socio-economici interessati; possedere abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale.

Il conseguimento delle abilità comunicative troverà riscontro attraverso: la partecipazione attiva dello studente alle lezioni anche a carattere laboratoriale ed ai seminari interdisciplinari, il superamento degli esami, la frequenza dello stage formativo, l'elaborazione della prova finale.

Capacità di apprendimento

Tali capacità consentono di calibrare il proprio metodo di studio sulla base degli obiettivi formativi e conoscitivi; essere in grado di operare sia in autonomia che in gruppo grazie alla partecipazione alle attività didattiche, anche di carattere laboratoriale e seminariale, ed allo stage formativo; utilizzare con pertinenza le fonti di ricerca bibliografica nazionale e internazionale, in particolare attraverso il lavoro di redazione della prova finale, e avere vasta padronanza delle problematiche degli ambiti scientifici di riferimento, in particolare grazie alla libera frequenza di seminari interdisciplinari; essere in grado di aggiornare le proprie conoscenze nell'ottica della formazione continua; essere in grado di negoziare punti di vista diversi in relazione alle differenti discipline.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

23/02/2017

La prova finale (ai sensi dell'art. 7 del Regolamento didattico del corso di studio in scienze della comunicazione, classe L-20) consiste nella stesura di una dissertazione della lunghezza massima di 50 cartelle, il cui contenuto è concordato con uno dei docenti del CdS. Loggetto della dissertazione può riguardare la discussione critica di un argomento teorico, il resoconto di un'esperienza effettuata durante l'obbligatoria attività di stage, un prodotto realizzato con strumenti multimediali. Lo studente discute i contenuti della sua dissertazione di fronte ad una commissione appositamente nominata, di cui fa parte, in qualità di relatore, il docente con il quale ha concordato l'argomento e che lo ha seguito nelle fasi di stesura dell'elaborato.

Il superamento della prova finale prevede l'attribuzione di 8 CFU, visto che il carico di studio necessario alla preparazione e alla discussione della tesi appare proporzionato/analogo a quello necessario al superamento di ciascuno degli esami istituzionali del CdS.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

01/07/2020

Lo studente sceglie la materia in cui svolgere la propria tesi tra quelle presenti all'interno del proprio curriculum di studio ed è tenuto a concordare, almeno sei mesi prima della discussione della tesi, i relativi contenuti con un docente che funge da relatore.

Se il relatore non è titolare dell'insegnamento è necessaria l'approvazione dell'assegnazione della tesi da parte del titolare.

L'elaborato consiste in una relazione scritta (massimo 50 cartelle) che può vertere anche sull'attività di stage di cui all'art. 10 del Regolamento didattico del Corso di Studio, svolta dallo studente.

La Commissione giudicatrice valuta la prova finale, tenendo conto del curriculum dello studente, dell'elaborato e della discussione. La votazione è espressa in cento decimi, con eventuale attribuzione della lode.

La prova si intende superata con una votazione minima di 66/110. Alla prova finale la Commissione potrà assegnare da 0 a 6 punti; di questi un punto è automaticamente concesso se il candidato si laurea in corso e un altro se il candidato ha ottenuto più di due lodi.

Le procedure amministrative riguardanti le prove finali sono disciplinate dal Regolamento per l'amministrazione della carriera degli studenti. Le informazioni relative al calendario delle sessioni di laurea sono pubblicate sul sito del Dipartimento.



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piani di studio_curriculum_Massa_Impresa

Link: <http://spocri.unimc.it/it/dipartimento/organi-e-regolamenti/regolamenti-dei-corsi-di-studio>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/orari-lezioni

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/appelli-e-iscrizione-esami

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/esami-di-laurea/esami-di-laurea_comunicazione

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	IUS/09	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO link	CALZOLAIO SIMONE	PA	8	40	
		Anno						

2.	SECS-P/08	di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link	CARDINALI FRANCESCO		4	20	
3.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI CREAZIONE DI PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link	SASSO STEFANO		4	20	
4.	SECS-P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link	CIAVATTINI FEDERICA		4	20	
5.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E NUOVE TECNOLOGIE VISUALI link	CIPOLLETTA GIORGIO		4	20	
6.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO link	GAETANI CLAUDIO		4	20	
7.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA link	SASSO STEFANO		4	20	
8.	SECS-P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI POLITICA ECONOMICA E BIG DATA ANALYSIS link	GIRALDI LUCA		4	20	
9.	M-PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	RU	4	20	
10.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link	SPAGNUOLO MICHELE		4	20	
11.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link	CRISTINO LUCIO		4	20	
12.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE link	GABALLO VIVIANA	RU	8	40	
13.	L-FIL-LET/10	Anno di corso 1	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link	LORENZETTI SARA		8	40	
14.	L-ART/06	Anno di corso 1	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI link	MANCINO ANTON GIULIO	PA	8	40	

Anno

15.	M-FIL/05	di corso 1	SEMIOTICA link	GARBUGLIA ANDREA		8	40	
16.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA link	BERTOLAZZI ALESSIA	RU	8	40	
17.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE link	D'AMBROSI LUCIA	RU	8	40	
18.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	VENTRONE ANGELO	PO	8	40	
19.	SPS/03	Anno di corso 1	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link	CAR RONALD	PA	8	40	
20.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE DI MASSA E NUOVI MEDIA link	D'AMBROSI LUCIA	RU	8	40	
21.	SECS-P/02	Anno di corso 2	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link	PRETAROLI ROSITA	RU	8	60	
22.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 2	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	8	40	
23.	ING-INF/05	Anno di corso 2	INFORMATICA link	CALAMANTI CHIARA		9	60	
24.	L-LIN/01	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA link	CHIUSAROLI FRANCESCA	PO	8	40	
25.	SPS/07	Anno di corso 2	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link	BERTOLAZZI ALESSIA	RU	8	40	
26.	M-PSI/01	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	RU	8	40	
27.	SPS/04	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link	VAGNARELLI GIANLUCA		8	40	
		Anno						

28.	IUS/08	di corso 3	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link	CALZOLAIO SIMONE	PA	6	30	
29.	M-FIL/04	Anno di corso 3	ESTETICA link	FOCOSI FILIPPO		8	40	
30.	M-PED/01	Anno di corso 3	LABORATORIO DI TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (<i>modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI</i>) link	CEGOLON ANDREA	RU	8	20	
31.	SECS-P/08	Anno di corso 3	LABORATORIO:IL PIANO MARKETING (<i>modulo di MARKETING</i>) link	GISTRI GIACOMO	PA	8	20	
32.	SECS-P/08	Anno di corso 3	MARKETING (<i>modulo di MARKETING</i>) link	GISTRI GIACOMO	PA	8	40	
33.	M-PSI/05	Anno di corso 3	PSICOLOGIA SOCIALE link	BONGELLI RAMONA	RU	8	40	
34.	SPS/12	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA GIURIDICA E DEL MUTAMENTO SOCIALE link	ZANIER MARIA LETIZIA	RU	8	40	
35.	M-PED/01	Anno di corso 3	TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (<i>modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI</i>) link	CEGOLON ANDREA	RU	8	40	

▶ QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Il Corso di studi si avvale delle aule del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento e delle aule interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://csia.unimc.it/it/Studenti/laboratori-informatici>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: In allegato si fornisce un quadro dei laboratori e delle aule informatiche a disposizione degli studenti

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Il Corso di studi si avvale delle strutture del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento.

Descrizione link: Il Corso di studi si avvale delle strutture del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento e delle strutture interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo

Link inserito: <http://biblioteche.unimc.it/it>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: <http://biblioteche.unimc.it/it/biblioteche>

L'Ateneo di Macerata dal 2019, per effetto della recente riorganizzazione, si è dotato di due uffici (unità organizzative) centralizzati denominati: Ufficio orientamento e servizi agli studenti e Ufficio Infopoint/Ciao collocati organizzativamente presso l'Area per la Didattica, l'orientamento e i servizi agli studenti che, in sinergia con la docente delegata del Rettore per l'orientamento, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in ingresso in stretta collaborazione con i cinque Dipartimenti.

04/06/2020

Le principali azioni di orientamento, annualmente intraprese, possono essere così riassunte:

Orientamento informativo:

InfoPoint: attività di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza universitaria e agli studenti che si avvicinano per acquisire informazioni finalizzate alla scelta del percorso formativo;

Servizio International welcome desk: il servizio è attivo all'interno dell'INFOPOINT ed è dedicato all'accoglienza e all'informazione per gli studenti stranieri;

Servizio 2000+: nel periodo da agosto a gennaio è attivo un servizio di informazioni telefonica per tutti gli studenti che, in concomitanza con l'apertura delle iscrizioni, fornisce informazioni generali sui corsi di studio e le modalità di iscrizione;

Sito web di Ateneo: quotidianamente aggiornato, pone particolare attenzione alla sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

Orientamento alla scelta:

Salone di orientamento interno: n. 2/3 giornate di orientamento contigue che si svolgono in sede e sono rivolte agli studenti delle Scuole Superiori; iniziativa si svolge generalmente a fine gennaio inizi febbraio;

Unimc a scuola: l'ufficio organizza specifici incontri di orientamento presso le Scuole Superiori delle Marche e delle Regioni limitrofe dal mese di maggio e fino a novembre di ciascun anno, per diffondere e far conoscere la didattica accademica;

La tua scuola a Unimc: un giorno da universitario: accoglienza di gruppi classe su richiesta degli Istituti secondari superiori, per illustrare i corsi di laurea offerti e visitare le strutture di Ateneo;

Laboratorio Sorprendo: Laboratorio, a cura degli operatori dell'ufficio Infopoint/Ciao di accompagnamento al percorso formativo e professionale con l'utilizzo di piattaforma online di orientamento, che fornisce agli studenti strumenti di auto-valutazione e percorsi di analisi e scoperta del mondo del lavoro.

Alternanza Scuola/lavoro: ospitalità di studenti delle scuole superiori per percorsi formativi di orientamento al lavoro;

Open week: settimana in cui gli studenti degli ultimi anni delle Scuole superiori possono partecipare alle lezioni curriculari dei corsi di laurea presso le sedi dei Dipartimenti e a laboratori appositamente organizzati sui temi della scelta formativa e professionale; tale iniziativa viene programmata generalmente per il mese di fine febbraio/primi di marzo;

Open Day: sono n. 2 giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma una nel mese di luglio e l'altra nel mese di agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti universitari dei singoli corsi di studio e i Senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;

Giornata della matricola: dedicata alle matricole la giornata si svolge ogni anno, nel mese di settembre, poco prima dell'avvio dell'inizio delle attività didattiche dei singoli corsi di studio;

Partecipazioni a saloni e fiere di orientamento sul territorio nazionale: la programmazione annuale della partecipazione saloni e fiere di orientamento rappresenta un'occasione unica per diffondere in maniera capillare l'offerta formativa dell'Ateneo, e viene annualmente modulata in base ai diversi target da raggiungere;

Consulenza orientativa specializzata: individuale o di gruppo rivolta agli studenti in fase di scelta del percorso universitario in sede e presso le sedi scolastiche sulla base di progetti di orientamento concordati con le scuole; consulenza psicologica specializzata rivolta agli studenti universitari che presentano disagi psicologici correlati al proprio status di studente.

L'attivazione di queste consulenze, con particolare riguardo al modo, risente della modifica legislativa apportata all'articolo 7, comma 6, del d.lgs. n. 165/2001 e al progressivo potenziamento di questo genere di servizi da parte dell'ERDIS, ente regionale strumentale per il diritto allo studio;

Servizio per studenti disabilità e DSA: accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o disturbi dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale;

Iniziative di orientamento e di informazione generali di Ateneo.

Le azioni specifiche del corso di studio.

Per tutti gli studenti è disponibile un servizio di consulenza e orientamento offerto sia dal Senior Tutor che dal Tutor per il progetto I CARE, in collaborazione con il docente delegato all'orientamento del Dipartimento e con il personale tecnico-amministrativo referente per il corso di studio.

Inoltre per guidare gli studenti nel momento dell'ingresso nel sistema universitario, il corso di studio ha realizzato una "Guida dello studente", disponibile in formato cartaceo e scaricabile dal sito web di Dipartimento, che introduce lo studente neo-immatricolato al proprio percorso di studi, presentando le principali informazioni inerenti ad aspetti amministrativi e didattici.

Infine si sono tenute le seguenti iniziative:

- seminari e lezioni in presenza, svolti nell'ambito del Progetto POT, sulla base delle convenzioni stipulate con alcune scuole del territorio (Liceo Leopardi di Macerata, Liceo Da Vinci di Jesi, Istituto Einstein-Nebbia di Loreto, Liceo artistico di Macerata, Liceo Da Vinci di Civitanova Marche);

- lezioni svolte a distanza e rivolte alle scuole nell'ambito dell'iniziativa del Dipartimento "Entra in aula con noi":

19 MAGGIO | ORE 16:00

Vecchio e Nuovo: le sfide dell'innovazione, il peso e la ricchezza della tradizione. Dialogano diritto ed economia
Fulvio Costantino, Rosita Pretaroli

28 MAGGIO | ORE 16:00

Vecchio e Nuovo: le sfide dell'innovazione, il peso e la ricchezza della tradizione
Dialogano sociologia e filosofia
Lucia D'Ambrosi, Natascia Mattucci

5 GIUGNO | ORE 16:00

Vecchio e Nuovo: le sfide dell'innovazione, il peso e la ricchezza della tradizione
Dialogano economia e diritto
Stefano Spalletti, Benedetta Barbisan

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



Le strutture organizzative che assicurano le attività riconducibili all'orientamento in itinere dell'Università di Macerata sono le medesime che curano le attività di orientamento in ingresso: i due uffici collocati presso l'Area per la Didattica, l'orientamento e i servizi agli studenti, operando in sinergia con i vari docenti individuati dal Rettore per le iniziative di accompagnamento e cura dello studente, si occupano della progettazione, dell'organizzazione e della gestione delle attività di orientamento in itinere in stretta collaborazione con i cinque Dipartimenti.

In particolare le azioni di orientamento in itinere sono:

- Progetto ICARE: anche per l'anno 2020/2021 saranno assicurate le specifiche azioni di tutorato in itinere per gli studenti iscritti ai corsi di laurea connesse al progetto di Ateneo denominato ICARE; in particolare le attività di progetto vedono coinvolti tutti i Dipartimenti e l'Area per la didattica, l'orientamento e il diritto allo studio come struttura di coordinamento. In particolare la attività si svilupperanno nel seguente modo: a) Servizio di supporto allo studente per il tramite del docente tutor e del senior tutor; b) Seminari sul collegamento tra corso di studio e sbocchi professionali e sulla esperienza di stage; c) Attività di accompagnamento alla scelta del corso di laurea magistrale;
- Consulenza orientativa specializzata: individuale o di gruppo rivolta agli studenti in itinere per sostenerli nel momento di difficoltà e per eventuale ri-orientamento; e consulenza psicologica specializzata rivolta agli studenti universitari che presentano disagi psicologici correlati al proprio status di studente iscritto all'Ateneo. L'attivazione di queste consulenze, con particolare riguardo alla tipologia di incarico di lavoro, risente della modifica legislativa apportata all'articolo 7, comma 6, del d.lgs. n. 165/2001 e del progressivo potenziamento di questo genere di servizi anche da parte dell'E.R.D.I.S., Ente regionale strumentale per il diritto allo studio per la regione Marche;
- Servizio per studenti disabilità e DSA: accoglienza e supporto in itinere agli studenti con disabilità, ovvero con disturbi dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'integrazione nel contesto accademico, didattico e sociale;
- Consulenza orientativa specializzata per studenti disabili e con DSA: dopo la prima fase di presa in carico dello studente, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi qualora ciò si renda necessario per assicurare la corretta prosecuzione degli studi;
- Iniziative di orientamento specifiche in itinere per lo sviluppo di soft skills, all'interno di iniziative disciplinate sulla base di specifiche convenzioni tra l'Ateneo e i diversi partner istituzionali e privati, utili a definire le attitudini e le competenze degli studenti anche in relazione a prime attività lavorative nella forma del laboratorio di competenze, riconosciuto poi dalla struttura didattica competente sotto forma di CFU per attività aggiuntive;
- attività culturali interne e collaborazioni con realtà culturali del territorio, al fine di offrire possibilità di arricchimento e di competenze trasversali, con l'obiettivo di potenziare le attività autogestite degli studenti, in conformità a quanto richiesto dal d.lgs. n. 68/2012 oltre che potenziare le occasioni formative e collaborative correlate alla quarta missione delle università, come strumento di public engagement nel territorio di riferimento.

Nel corso del 2019, anche grazie allo specifico finanziamento sui progetti ministeriale denominati POT (Piani di orientamento e tutorato) in alcuni corsi di studio individuati è stato possibile potenziare le azioni di orientamento in itinere, facendo ricorso a figure di Senior tutor impegnate nella gestione del tutoraggio tra pari applicato alla creazione di gruppi di studio per affrontare adeguatamente le materie più complesse e di maggiore ostacolo per gli studenti nello sviluppo della carriera accademica. La sperimentazione che ha dato buoni risultati sarà riproposta anche nel prossimo anno, specializzando, quanto più possibile queste nuove figure di mentori di Ateneo.

Si segnalano inoltre i servizi gestiti dal Centro Linguistico di Ateneo - CLA (reperibili nel sito cla.unimc.it/it) e in particolare:

- esercitazioni di lingua generale e per scopi speciali di arabo, cinese, francese, inglese, spagnolo, russo e tedesco, tenute da collaboratori esperti linguistici madrelingua e trasversali a tutte le strutture didattiche;
- moduli settoriali per discipline specifiche e finalizzati all'apprendimento di abilità linguistiche particolari quali: arabo parlato, laboratorio di scrittura francese, francese accademico, corso di fonetica francese, Medical English, inglese economico-finanziario, italiano accademico, italiano per sinofoni, linguaggio politico russo, traduzione letteraria, traduzione letteraria russo-italiana, spagnolo museale, spagnolo accademico, comunicazione accademica orale in lingua tedesca: presentare contenuti e argomentare, Linguaggio giuridico/giudiziario tedesco-italiano, Leggere testi specialistici in tedesco, attività di guida turistica per il pubblico di lingua tedesca: peculiarità e competenze, parlare in pubblico in lingua tedesca;
- corsi di linguaggio accademico per lo sviluppo della produzione scritta (academic writing, abstract, ecc.) e orale (public speaking, presentazioni, ecc.) delle lingue straniere. Tra i corsi attivati: francese, inglese/corsi EAP, spagnolo e tedesco;
- tandem linguistico basato su scambi linguistici e conversazioni "face to face" fra studenti di madrelingua diversa;
- servizi, ancorché con un costo agevolato a carico degli studenti, connessi alla somministrazione delle certificazioni di lingua francese, inglese, spagnola e tedesca: corsi di preparazione tenuti da formatori madrelingua per il conseguimento delle certificazioni linguistiche internazionali di lingua francese, inglese, spagnola e tedesca somministrate presso il Centro in convenzione con i più prestigiosi Enti di certificazione internazionalmente riconosciuti.

Gli studenti immatricolati del CdS possono usufruire della figura del Senior Tutor del Dipartimento, che svolge attività di orientamento sia in presenza (giorni e orari sono indicati nel Sito del Dipartimento), sia a distanza (recapiti telefoni ed e-mail sono indicati nel Sito del Dipartimento).

Nel corso dell'attuazione del Progetto POT "Oltre le due culture. Per un dialogo interdisciplinare tra logica, filosofia e scienze della comunicazione", che ha coinvolto questo corso di laurea, è stata condotta un'analisi dei dati estratti dal Monitor Integrato di Ateneo riguardo al tasso di superamento degli esami del primo anno del CdS in riferimento a tre coorti (2015/16, 2016/17, 2017/18). L'analisi ha permesso di individuare i gli insegnamenti nei quali gli studenti mostrano più difficoltà ad acquisire crediti, per i quali, il consiglio di classe ha stabilito di organizzare un'attività di supporto allo studio (Help Teaching). Pertanto, i Senior tutor del progetto POT hanno contattato per email gli studenti della coorte della.a. 2018/19 per metterli a conoscenza del servizio di help teaching e per rilevare la natura delle problematiche incontrate nella preparazione di queste particolari discipline. Inoltre, l'iniziativa è stata pubblicizzata attraverso locandine affisse nei locali del Dipartimento e sul sito web del Dipartimento (<http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

Le attività di Help Teaching predisposte sono state le seguenti:

- A) organizzazione di gruppi di studio (da 4 a 6 studenti). I gruppi di studio, coordinati dai Senior tutor POT, sono stati finalizzati a: discutere del metodo di studio più opportuno per affrontare la materia; affrontare argomenti specifici, che possono presentare difficoltà; condividere criticità; svolgere esercitazioni in gruppo. Il tutor fornisce agli studenti suggerimenti sul metodo di studio e riporta al docente della materia gli eventuali dubbi o le criticità emerse nei colloqui con gli studenti;
- B) offerta di colloqui individuali per discutere delle difficoltà personali relative alla materia e del metodo di studio. I Senior tutor POT hanno fornito agli studenti suggerimenti sul metodo di studio, riferendo al docente della materia gli eventuali dubbi o le criticità emerse nei colloqui con gli studenti;
- C) simulazione della prova esame: agli studenti sono sottoposte delle domande-tipo della prova esame, allo scopo di favorire l'auto-valutazione della propria preparazione. I Senior tutor POT hanno richiesto al docente della materia un elenco di domande-tipo e/o testi di prove scritte.

Nell'imminenza della conclusione del progetto POT, il delegato di dipartimento avrà cura di organizzare una valutazione delle azioni intraprese attraverso la partecipazione del docente responsabile del progetto POT, i docenti coinvolti nella sperimentazione, i tutor POT e il rappresentante degli studenti del corso di studio, al fine di fornire indicazioni utili al consiglio di corso di laurea sull'utilizzo e l'efficacia del servizio.

Inoltre, il 29 maggio 2020, il corso di studi ha organizzato un'azione specifica di "orientamento interno" rivolta agli iscritti al terzo anno del corso di studi e agli studenti iscritti fuori corso, all'interno del seminario "Il futuro delle professioni nell'ambito della comunicazione digitale", finalizzata ad illustrare il percorso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture Digitali (LM-19) del dipartimento Spocri per orientare alla scelta della magistrale.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENE0

01/07/2020

I servizi di informazione, assistenza e sostegno a disposizione degli studenti sono offerti dall'amministrazione centrale e dal corso di studio.

L'Ufficio Offerta formativa, qualità e accreditamento (Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti) si occupa di assistere studenti ed enti ospitanti nelle procedure di attivazione di tirocini curriculari sia in Italia che all'estero, compresi i tirocini svolti in convenzione con la Fondazione CRUI presso strutture ministeriali e ambasciate. Attraverso il Servizio Stage (sportello, posta elettronica, telefono, sito) gli studenti possono: effettuare una ricerca fra le aziende convenzionate con l'Università di Macerata, al fine di proporsi per un tirocinio. Attraverso la stessa struttura gli enti ospitanti ricevono istruzioni ed assistenza sulle procedure amministrative ed informatiche per stipulare convenzioni con l'Ateneo ed accogliere tirocinanti.

L'Ufficio Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement (Area Ricerca) si occupa di assistere i neolaureati e i dottori di ricerca (entrambi entro i 12 mesi dal conseguimento del titolo e di età inferiore a 30 anni) nell'attivazione di tirocini extracurriculari anche all'estero. I laureati possono consultare le offerte di tirocinio pubblicate nella bacheca on line "offerte di lavoro" o individuare autonomamente un'azienda all'estero. L'ufficio garantisce il supporto informativo e amministrativo per la stipula

delle convenzioni in riferimento anche alla normativa dei paesi esteri ospitanti. Ulteriori informazioni sono disponibili nella portale di Ateneo, sezione "Università e Lavoro".

L'Ufficio Mobilità Internazionale (Area Internazionalizzazione) è il punto di riferimento degli studenti e dei neolaureati che intendono fare un'esperienza di formazione, stage/tirocinio all'estero all'interno del programma Erasmus+ Traineeship.

L'Ufficio cura le relazioni con le imprese estere e con il tessuto produttivo internazionale (associazioni datoriali, enti, camere di commercio etc.). In particolare, gestisce il sottoprogramma europeo Erasmus+ Traineeship (tirocini per studenti iscritti e neolaureati). Per Erasmus+ Traineeship, l'Ufficio colloca più di 100 studenti per ciascun anno accademico in tirocini all'estero. Per il periodo di formazione all'estero, inoltre, l'Ufficio fornisce una continua assistenza, prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno, attraverso un supporto informativo e amministrativo. Eroga, altresì, le borse di mobilità e convalida, per gli studenti in corso di iscrizione, i crediti formativi (CFU/ECTS) relativi allo stage/tirocinio effettuato.

<https://www.unimc.it/it/didattica/stage-e-inserimento-lavorativo>

ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio è stata confermata la nomina sia dei tutor accademici per aree disciplinari, sia del delegato al placement. I primi debbono validare la coerenza del progetto formativo sottostante lo stage con gli obiettivi formativi del corso di studio al quale lo studente è iscritto, nonché la qualità dell'esperienza di stage attraverso il monitoraggio annuale dei questionari compilati da stagisti e aziende ospitanti insieme al delegato al placement. Allo stesso tempo, i tutor accademici rappresentano una figura di raccordo tra le aziende e gli studenti. Sono, infatti, i tutor a segnalare i nominativi delle aziende che manifestano interesse per l'inserimento di stagisti provenienti dai corsi in Scienze della Comunicazione. Nello specifico, viene invitata l'azienda a stipulare la convenzione con l'Ateneo passando dall'ufficio stage nel caso in cui non sia già un'azienda partner e, in seguito, la richiesta del profilo ricercato ai fini dello stage viene girata dall'ufficio comunicazione del corso di studio alla mailing list di tutti gli studenti iscritti.

La lista dei tutor accademici del corso di laurea L-20 per quest'anno accademico (pubblicata nel sito di Dipartimento alla pagina: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/stage-e-tirocini>) risulta la seguente:

- prof. Andrea Rondini per l'area della comunicazione culturale scritta (case editrici e testate giornalistiche);
- prof. Anton Giulio Mancino per l'area della comunicazione culturale visiva (enti museali e cinematografici).
- prof. Giacomo Gistri per l'area della comunicazione commerciale (imprese, agenzie di comunicazione);
- prof.ssa Lucia D'Ambrosi per l'area della comunicazione istituzionale (amministrazione pubblica e risorse umane);
- prof. Simone Calzolaio per l'area giuridica (privacy ed e-commerce).

Il referente placement, prof. Andrea Cegolon, invece, svolge una funzione di collegamento tra studente e tutor accademici. È il referente placement, infatti, ad indirizzare lo studente verso il tutor accademico dell'area disciplinare pertinente con la proposta di stage. Al referente placement, inoltre, spetta il monitoraggio annuale dei questionari degli stage compilati dagli studenti in itinere in via facoltativa e, obbligatoriamente alla fine dello stage.

Si segnala, inoltre, che, come misura di contenimento dell'emergenza Covid-19, il CdS ha recepito le linee guida prodotte dall'Ateneo in data 17/04/2020, relative allo svolgimento di tirocini e stage. In base al memorandum, gli stage curriculari in presenza svolti all'interno dell'Ateneo sono stati sospesi, e autorizzati in modalità a distanza, previo accordo tra strutture di provenienza ed ospitanti. Per quanto riguarda gli stage in corso di svolgimento all'esterno delle sedi universitarie, invece, è stato autorizzato il proseguimento, salvo eventuali sospensioni deliberate dall'ente ospitante o richieste dal tirocinante. Infine, laddove l'attività di stage, già avviata in presenza, non possa essere portata a termine a causa dell'emergenza COVID-19, il CdS ha riconosciuto allo studente, quale procedura residuale, la possibilità di conseguire i relativi CFU attraverso alcune attività alternative. In particolare, le attività compensative dello stage includono la partecipazione a seminari e webinar o la redazione di un project work. Il riconoscimento dei CFU è stato vincolato a: delibera del CdS di appartenenza dello studente; il conseguimento di un giudizio di idoneità da parte del docente o dei docenti che hanno organizzato il seminario o proposto il project work.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/didattica/stage-e-inserimento-lavorativo>





In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

L'Ufficio Politiche per l'Internazionalizzazione (Area Internazionalizzazione) cura i progetti di collaborazione internazionale, gli accordi di cooperazione e la realizzazione di azioni chiave del programma Erasmus+ con Paesi extra EU, oltre a fornire supporto ai Dipartimenti per l'attivazione di joint e double programme con Università straniere. L'Ufficio Mobilità Internazionale (Area Internazionalizzazione) cura le relazioni con gli Atenei partner del Programma Erasmus+ e i progetti di mobilità degli studenti di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata), sia per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i Paesi di provenienza degli Atenei partner).

A questo proposito, l'Ufficio Mobilità Internazionale gestisce il Programma Europeo Erasmus+ per Studio e per Tirocinio (ex LLP Erasmus) e vari programmi di scambio extra-Erasmus basati su accordi bilaterali con Atenei partner al di fuori del Programma Erasmus+. In particolare, per Erasmus+ Mobilità per Studio, l'Ufficio Mobilità Internazionale ha in attivo più di 400 accordi Erasmus con Atenei Europei.

Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio Mobilità Internazionale si occupa delle relative attività in collaborazione con Università dislocate in Albania, Australia, Bielorussia, Canada, Cina, Russia e Stati Uniti. In tutti gli accordi per la mobilità internazionale, l'Ufficio coordina la selezione dei beneficiari, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi, e fornisce assistenza continua prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno, attraverso un supporto informativo e amministrativo; eroga le borse di mobilità e convalida i crediti formativi (CFU/ECTS) e gli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale.

Tra le attività offerte agli studenti internazionali e gestite dal Centro Linguistico di Ateneo (CLA), per le quali si rinvia alle relative pagine del sito cla.unimc.it/it, si segnalano:

- corsi di lingua italiana L2 per studenti stranieri e/o in mobilità per soggiorno di studio (Erasmus, accordi internazionali, ecc.) strutturati secondo i livelli del QCER in modalità sia intensiva che ordinaria ed erogati nel corso dell'intero anno accademico,
- corsi di italiano accademico;
- tandem linguistico basato su scambi linguistici e conversazioni "face to face" fra studenti di madrelingua diversa;
- servizi a carico degli studenti, ancorché con un costo agevolato, connessi alla somministrazione delle certificazioni di lingua italiana L2: corsi di preparazione per il conseguimento delle relative certificazioni somministrate presso il Centro.

Il corso di studio L20 fornisce informazioni e assistenza tramite il coordinatore Erasmus che è il punto di riferimento per la didattica nell'ambito della mobilità internazionale degli studenti in ingresso e in uscita. In particolare, il docente coordinatore supporta gli studenti nello stabilire il piano degli studi, concordare, d'intesa con i docenti della disciplina, le equivalenze didattiche per gli studenti outgoing e, in generale, per dare supporto agli studenti incoming e outgoing. Un ricevimento settimanale è dedicato a questa attività, oltre alla possibilità di ricevere assistenza e documentazione via email.

Al momento della pubblicazione dei bandi di candidatura, la coordinatrice dipartimentale ERASMUS (l'attuale delegata è la prof.ssa M. Anquetil) organizza un incontro dipartimentale di promozione e informazione d'intesa con l'Ufficio Rapporti Internazionali. Durante l'incontro vengono illustrate tutte le tappe della candidatura e sono invitati studenti Erasmus degli anni precedenti per testimoniare la loro esperienza. Per il bando 19-20, l'incontro si è tenuto il 21/02/2019; per il bando 20-21, l'incontro si è tenuto il 20/02/2020.

Per la laurea L-20 l'elenco degli accordi per l'a.a 2020-21 è disponibile al seguente link:

http://oldportal1.unimc.it/iro/erasmus+2021/sedi/dip_sc_comunicazione-tr.html

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extra UE

Link inserito: http://oldportal1.unimc.it/iro/erasmus+2021/sedi/dip_sc_comunicazione-tr.html

Nessun Ateneo

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEO

01/07/2020

Le attività di accompagnamento dei laureati al mondo del lavoro vengono gestite dall'Ufficio Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement (Area Ricerca).

In particolare queste attività sono:

_ Front office: servizio di accoglienza e prima informazione su tirocini extracurricolari, servizi placement, attività di orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;

_ Sito web: quotidianamente aggiornato, pone particolare attenzione alla sezione dedicata alle offerte stage/lavoro;

_ Career Day: un appuntamento annuale in cui laureandi e laureati dell'ateneo possono sostenere colloqui individuali di selezione con i manager o i responsabili delle HR delle aziende del territorio che hanno posizioni aperte, lasciare il proprio CV e partecipare alle presentazioni aziendali. Durante l'evento sono organizzati dei workshop di formazione dedicati alle aziende e focalizzati sulle opportunità degli strumenti di inserimento lavorativo (tirocini, apprendistati, dottorati eureka, bandi, agevolazioni fiscali, tendenze del mercato del lavoro ecc.) al fine di accrescere la percezione dell'importanza dell'inserimento di laureati nel proprio organico e della qualità dei laureati UniMc.

In preparazione al Career day sono organizzati a favore dei laureandi e laureati dei workshop volti a formare i ragazzi su tematiche quali: come scrivere un cv, come affrontare un colloquio di selezione, le competenze trasversali ecc.

_ CV studenti e laureati: attraverso l'uso della piattaforma Almalaurea, i laureandi e i laureati di questo Ateneo possono pubblicare sul sito il proprio cv e aggiornarlo costantemente, possono candidarsi per le offerte di lavoro sia tramite il canale Almalaurea, sia tramite il sito di Ateneo;

_ Tirocini extracurricolari: l'Ufficio valorizzazione della ricerca ILO e Placement si occupa delle procedure inerenti i tirocini extracurricolari che i laureati, i dottori di ricerca o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero. L'ufficio pubblica nella bacheca on line "offerte di lavoro" tutte le offerte di tirocinio extracurricolare provenienti dalle aziende. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'ufficio garantisce il supporto informativo e amministrativo per la stipula delle convenzioni anche in riferimento alla normativa dei paesi esteri ospitanti. Al termine dell'esperienza i laureati sono tenuti a compilare un modulo di attestazione dei risultati che evidenzia le competenze acquisite. Il tirocinante può segnalare eventuali criticità durante l'esperienza di tirocinio attraverso appositi questionari predisposti dall'ufficio e indicati all'avvio dell'esperienza.

_ ALMALAUREA: la partecipazione dell'Ateneo al consorzio Almalaurea permette la pubblicazione dei CV dei propri studenti e laureati sulla piattaforma messa a disposizione dal consorzio stesso così che possano essere visibili alle aziende interessate. L'Ateneo usufruisce anche dei servizi di indagine promossi dal consorzio sui laureati degli atenei aderenti. Le indagini sono principalmente due: il "Rapporto annuale sul profilo dei laureati", per conoscerne le caratteristiche e le performance e il "Rapporto annuale sulla condizione occupazionale dei laureati" dopo 1, 3, 5 anni dalla conclusione degli studi. L'Ufficio promuove presso le aziende l'iscrizione alla piattaforma, la pubblicazione di eventuali annunci sulla stessa e l'estrapolazione dei profili dei laureati in base alle loro esigenze.

_ Gli appuntamenti del placement: nel 2018 con la collaborazione dell'ISTAO è stato avviato e prosegue tuttora un percorso formativo dal titolo "Il tuo futuro prima che arrivi", un ciclo di incontri con esperti aziendali (manager e consulenti) su tematiche come l'orientamento alle professioni, il valore del team working ecc, rivolti a laureandi e laureati per prepararsi ad affrontare il mondo del lavoro in maniera consapevole ed efficace.

Le tematiche affrontate sono le seguenti:

come preparare al meglio un CV;

come affrontare un colloquio di lavoro;

come è strutturato il processo di selezione in azienda;

quali caratteristiche cercano le imprese da un giovane;

quali sbocchi in azienda per i vari tipi di laurea;
quali sono le professioni emergenti;
come sta cambiando il mondo del lavoro;
sperimentare il lavoro in team;
personal branding e web reputation.

_LUCI (Laboratorio Umanistico per la creatività e l'innovazione): l'ufficio valorizzazione della ricerca ILO e Placement attiva ogni anno un percorso formativo volto a stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e laureati con particolare riguardo all'autoimprenditorialità e al collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa. I partecipanti, vengono sin dall'inizio del corso coinvolti nell'elaborazione di un'idea di impresa/business/policy, lavorando in gruppi multidisciplinari. L'idea di business viene arricchita ed alimentata durante il percorso formativo, per essere poi presentata e discussa alla conclusione del corso.

_Sviluppo career services: l'Università di Macerata attraverso l'Ufficio valorizzazione della ricerca ILO e Placement ha presentato un progetto di potenziamento delle attività di placement in risposta all'Avviso pubblico emanato da ANPAL Servizi SPA ad aprile 2018, classificandosi al terzo posto a livello nazionale. Il progetto rientra tra le attività del Piano Operativo 2017 - 2020 di Anpal e ha come obiettivo quello di rafforzare, all'interno della rete dei servizi per le politiche attive, il ruolo delle Università nello sviluppo di percorsi di transizione università-lavoro, nella costruzione di relazioni stabili con le imprese e nella qualificazione dei servizi di Career service. Il progetto beneficia della collaborazione biennale di un facilitatore ANPAL per le attività di Placement. L'obiettivo del progetto è il miglioramento delle attività dei Career Service a beneficio di laureandi e studenti e a supporto delle aziende, degli attori del territorio e della rete interna.

ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio, anche durante quest'anno accademico si è mantenuta la buona prassi, già avviata da alcuni docenti del CdS, di invitare rappresentanti del mondo del lavoro a tenere seminari su case-study. Allo scopo sono stati coinvolti gli stakeholder nell'ambito della ordinaria attività didattica dei singoli insegnamenti, attraverso appositi seminari e iniziative laboratoriali, liberamente organizzati dai docenti. L'obiettivo di questi incontri è quello di consentire agli studenti, grazie all'interazione dei docenti con gli stessi stakeholder, di sperimentare direttamente lo stretto legame sussistente fra attività didattica impartita e dinamiche lavorative. Tra gli incontri organizzati si ricordano:

- 10/10/2019: "Comunicazione e sport. Costruire l'identità europea" - Prof. Francesco Adornato (Magnifico Rettore Università di Macerata), Prof.ssa Lucia D'Ambrosi (Università di Macerata), Franco Bragagna (Rai Sport), Mino Taveri (Sport Mediaset), Stefano Vegliani (Mediaset). Moderatore: Dario Ricci (Il Sole 24 Ore Radio 24);

- 16/04/2020: "Infodemia e comunicazione di brand" - Dr.ssa Gianna Angelini (Accademia Belle Arti Roma e Accademia Arti e Nuove Tecnologie Roma), Dr. Francesco Cardinali (ADVcreativi). Moderatore: Prof. Giacomo Gistri.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/lavoro-territorio>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Nel corso dell'anno accademico 2019/20 i docenti del corso di laurea L-20 hanno organizzato diversi seminari formativi, iniziative culturali ed incontri con professionisti operanti nei settori della comunicazione, con l'obiettivo di creare occasioni di confronto e approfondimento su temi interdisciplinari e di particolare rilevanza nell'ambito delle scienze della comunicazione. Per l'elenco dei seminari in cui siano stati coinvolti rappresentanti del mondo del lavoro si rimanda al Quadro B5 - Accompagnamento al lavoro (Attività del corso di studio).

Per le altre iniziative formative di carattere culturale si segnalano seminari, workshop, convegni organizzati da docenti del corso di laurea che hanno previsto il coinvolgimento di ricercatori e studiosi italiani e stranieri. In particolare, tra i principali seminari accreditati per il corso di laurea L-20, si possono indicare i seguenti:

- I Capacity Building Workshop "Costruzione di nuovi modelli di convivenza abitativa" nell'ambito del progetto europeo "Challenge" FAMI 2014-2020, Università di Macerata, Prefettura di Macerata, 18 ottobre 2019;

01/07/2020

- "I divari Nord-Sud in Italia: una lunga storia", organizzato dalla prof.ssa Croci Angelini (Unimc), 12 novembre 2019;
- Il Capacity Building Workshop "Migrazioni, politiche e vulnerabilità: il lavoro sociale e le buone prassi" nell'ambito del progetto europeo "Challenge" Fondo Asilo Migrazione e Integrazione 2014-2020, Università di Macerata in collaborazione con la Prefettura di Macerata, 28 novembre 2019;
- Ciclo di seminari su "Etica, diritti, società al tempo dell'intelligenza artificiale", coordinato dalla prof.ssa Giovanola (Unimc) e organizzato all'interno del progetto di Ateneo DATASCALE ottobre-dicembre 2019.
- Convegno "WeMigrants. Rappresentazioni e narrazioni del migrare", Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni Internazionali, Università di Macerata, 23 aprile 2020.

A seguito delle emergenze Covid, sono stati attivati, inoltre, una serie di seminari con didattica a distanza sul tema "Il ruolo della comunicazione, dal virus in poi". I seminari si sono svolti nei mesi di Aprile e Maggio 2020 e sono stati organizzati da docenti del corso di laurea L-20 con il coinvolgimento di esperti e professionisti del settore per affrontare i nuovi scenari sociali ed economici prodotti dalla pandemia di Covid-19 e leggerne i cambiamenti sulle dinamiche di comunicazione, attraverso una prospettiva umanistica multidisciplinare (Infodemia e comunicazione di brand, Letteratura e cinema, Datacrazia, Comunicazione della salute).

Tra le altre iniziative culturali, finalizzate ad acquisire competenze applicative nel campo della comunicazione, come ad esempio sperimentare nuovi linguaggi e format, si segnalano le attività svolte nell'ambito del MediaLab Unimc. Nello specifico il Consiglio delle Classi Unificate nella seduta del 4 Dicembre 2019 ha deliberato il riconoscimento crediti per "attività formative autonomamente scelte dallo studente" tra cui la partecipazione alle attività di:

Radio RUM per la realizzazione di progetti radiofonici e giornalistici

Laboratorio UniVision/UniMC Web TV per la creazione di un videomagazine mensile sulle attività dell'Ateneo e sulla vita universitaria.

Laboratorio Coro e Teatro per la messa in scena di opere teatrali e corali

Tra le altre azioni formative, il Corso di studio ha previsto il perfezionamento della competenza linguistica e la certificazione della conoscenza della lingua italiana. In particolare, tra i servizi offerti agli studenti gestiti dal Centro Linguistico di Ateneo sono stati attivati i corsi di lingua italiana di vario livello (da A0 a B2/C1) per studenti stranieri e/o in mobilità per soggiorno di studio (Erasmus, accordi internazionali ecc.) erogati in entrambi i semestri, di norma da settembre a dicembre e da gennaio a maggio, e l'offerta di didattica integrativa delle lingue trasversale a tutte le strutture didattiche. A questi vanno aggiunti i servizi connessi alla somministrazione delle certificazioni linguistiche (corsi preparatori ed esami di certificazione) che però prevedono, ancorché agevolato, un costo a carico degli studenti.

Nell'ambito delle iniziative volte ad agevolare il percorso di studio, il Dipartimento ha inoltre aderito al progetto d'Ateneo "Formazione permanente", volto a supportare specificamente gli studenti con difficoltà di frequenza in orari consueti attraverso l'offerta di corsi del primo anno in orari compatibili con lo svolgimento di attività lavorative, incombenze familiari o per agevolare studenti con disabilità, al fine di conseguire i crediti necessari nei tempi regolamentari. L'avvio del progetto è stato comunicato nella seduta del Corso di laurea di Scienze della comunicazione dell'11 aprile 2018. Il progetto è stato attivato nel corso dell'A.A. 2018/19 ed è stato confermato per gli A.A. 2019/20 e 2020/21.



QUADRO B6

Opinioni studenti

30/10/2020

Le opinioni degli studenti sulla qualità della didattica sono oggetto di una costante analisi da parte del Presidente e dei docenti del Corso di laurea. A cadenza annuale, il Consiglio della Classe discute i risultati dell'indagine e, ove necessario, prevede azioni di miglioramento. Questo monitoraggio consente un continuo sforzo da parte di tutte le risorse coinvolte (docenti e personale tecnico-amministrativo) per assicurare allo studente un'esperienza di studio sempre più soddisfacente. La qualità delle attività didattiche è valutata attraverso un'indagine che ha l'obiettivo di rilevare la soddisfazione degli studenti per ogni singolo insegnamento previsto nel proprio piano di studi. Prima di sostenere l'esame, gli studenti devono compilare un questionario volto a misurare alcuni indicatori legati all'insegnamento frequentato.

Gli indicatori riguardano la soddisfazione per il metodo di insegnamento del docente (3 domande), la soddisfazione per

l'organizzazione dell'insegnamento (6 domande), il giudizio sull'adeguatezza delle conoscenze preliminari (1 domanda) e la partecipazione all'insegnamento (2 domande). I dati esaminati fanno riferimento ai dati estratti al 3 ottobre 2020, per l'anno accademico 2019-2020 (dati provvisori), con un confronto con i dati raccolti nell'anno accademico 2018-2019 (dati definitivi).

Nell'anno accademico 2019-2020, alla data di estrazione, sono stati raccolti 2.635 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 1.927 compilati da studenti frequentanti, vale a dire di coloro che hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni, 659 da studenti non frequentanti (non hanno frequentato, o meno del 50%), 49 da studenti iscritti ai servizi aggiunti di didattica e-learning. Nel precedente anno accademico (2018-2019), sono stati raccolti 1731 questionari compilati da studenti frequentanti, 539 da studenti non frequentanti, 67 da studenti iscritti ai servizi aggiunti di didattica e-learning. Nei due anni accademici, il tasso di studenti non frequentanti sul totale degli studenti è rimasto pressoché invariato (intorno al 25%).

Per quanto riguarda il primo indicatore, la soddisfazione per il metodo di insegnamento, i dati esaminati per la.a. 2019-2020 riportano una situazione di diffuso apprezzamento per i docenti del Corso. In una scala da 0 a 10, il voto medio è sempre superiore a 8 per le tre domande sottoposte agli studenti. Nel dettaglio, le valutazioni ottenute da ogni item sono le seguenti: il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina (8,11); espone gli argomenti in modo chiaro (8,21); è reperibile per chiarimenti e spiegazioni (8,54 per studenti frequentanti; 8,20 per studenti non frequentanti; 8,43 per studenti e-learning). Rispetto alla.a. 2018-19, i due item "il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina" ed "espone gli argomenti in modo chiaro" hanno registrato valori medi superiori (nel 2018-19, erano rispettivamente 7,98 e 8).

Per quanto concerne l'indicatore sulla soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento, il questionario presenta 6 domande che toccano aspetti legati ai contenuti dell'insegnamento e alle modalità di erogazione delle lezioni. In merito ai contenuti, gli studenti esprimono un parere generale soddisfacente. Il materiale didattico è ritenuto adeguato dalla maggioranza (per gli studenti frequentanti della.a. 2019-20, il voto medio è 8,14, in aumento rispetto a 7,99 registrato nel 2018-19), così come il carico di studio (per gli studenti frequentanti della.a. 2019-20, il voto medio è 7,82, in lieve aumento rispetto a 7,75 nel 2018-19). È sopra 8 anche il voto medio ottenuto dagli items "Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?" (per gli studenti frequentanti della.a. 2019-2020, la media è 8,24; di poco sotto 8 per gli studenti non frequentanti, 7,91; sopra 8 per gli studenti e-learning, 8,61), e "L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio" (per gli studenti frequentanti della.a. 2019-20, la media è 8,39). Riguardo alle modalità di erogazione delle lezioni, il giudizio è ampiamente positivo: gli studenti sono soddisfatti del rispetto degli orari delle lezioni (voto medio, 8,42 per gli studenti frequentanti della.a. 2019-2020) e delle attività didattiche integrative (voto medio, 7,84).

In merito all'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute dagli studenti, gli intervistati esprimono un giudizio più cauto: nella.a. 2019-20, per gli studenti frequentanti la valutazione media è 7,34, per i non frequentanti 6,85, per gli studenti e-learning 7,51; nel 2018-19, è rispettivamente 7,38; 7; 7,6. Su questo aspetto, il Corso di Laurea sta attivando azioni di miglioramento.

Infine, l'indicatore della partecipazione degli studenti agli insegnamenti viene misurato sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni (che, come visto sopra, è ampio e si mantiene costante), sia attraverso l'item "è interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento". Il voto medio registrato è 8,10 per gli studenti frequentanti; 7,56 per i non frequentanti; 7,94 per gli studenti e-learning, nella.a. 2019-2020.

Il questionario di valutazione della didattica termina con una domanda a scelta multipla, in cui gli studenti possono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento. Per gli studenti frequentanti della.a. 2019-20, le risposte selezionate con maggior frequenza sono le seguenti: la risposta "decisamente nessun suggerimento" è stata scelta 844 volte; alleggerire il carico didattico, 413 volte; fornire più conoscenze di base, 283 volte; migliorare la qualità del materiale didattico, 217 volte.

La rilevazione dell'opinione degli studenti è stata modificata mediante aggiunta, al questionario normalmente somministrato, di specifici quesiti inerenti alla didattica a distanza erogata nel periodo di emergenza sanitaria, resi disponibili anche in lingua inglese per gli studenti internazionali. Il livello di soddisfazione ottenuto è illustrato nel documento pubblicato alla pagina web <https://www.unimc.it/it/qualita/qualita-didattica/documenti-aq-cds/aq-corsi-di-studio-a-a-2019-2020>

Pdf inserito: [visualizza](#)

09/10/2020

L'opinione dei laureati viene valutata attraverso un'inchiesta campionaria svolta dal Consorzio interuniversitario AlmaLaurea. I risultati esaminati sono tratti dal questionario somministrato ad un campione di 44 laureati nell'anno solare 2019 (su 45 laureati totali) e sono aggiornati ad aprile 2020. Attraverso il questionario, sono valutati alcuni indicatori, quali la soddisfazione generale per il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione, per il rapporto con i docenti, per l'organizzazione della didattica, per le strutture in cui si svolgono le attività universitarie.

Riguardo alla soddisfazione generale per il Corso di laurea, una netta maggioranza degli intervistati (86,4%) si dichiara complessivamente soddisfatto del corso, in linea con il dato riscontrato sui laureati dell'anno solare 2018 (89%). Inoltre, circa sei studenti su dieci si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso (59,1%).

Parimenti, anche l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti mostra un diffuso apprezzamento presso i neo-laureati: il 93,2% degli intervistati si ritiene soddisfatto. Questo dato è allineato a quello rilevato presso tutti i laureati dell'Ateneo che hanno partecipato all'indagine (90,2%).

Per quanto concerne la valutazione dell'organizzazione della didattica, il questionario offre tre indicatori. Il primo misura la sostenibilità del carico di studio richiesto dagli insegnamenti rispetto alla durata del corso di studio, verso il quale 9 intervistati su dieci (90,9%) esprimono un parere positivo. Il secondo indicatore mostra la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): più di un intervistato su due è stato "sempre o quasi sempre soddisfatto" dell'organizzazione degli esami (52,3%), il 34,1% "per più della metà degli esami". Il terzo indicatore rileva il tasso di frequenza degli studenti agli insegnamenti e può essere considerato un indicatore generale del buon funzionamento dell'organizzazione didattica, poiché implica la partecipazione degli studenti, che a sua volta può essere legata tanto all'interesse per gli insegnamenti stessi, quanto all'accessibilità delle lezioni. Una ampia maggioranza dei neo-laureati intervistati (79,5%) dichiara di aver frequentato in modo regolare le lezioni "per più del 75% degli insegnamenti previsti" dal Corso di laurea, superando la media di Ateneo (70,7%).

In merito al giudizio sulle strutture universitarie, le aule in cui si svolgono le attività didattiche sono considerate "spesso adeguate" dal 63,6% degli intervistati, e "sempre o quasi sempre adeguate" dal 18,2%. L'opinione sulla accessibilità delle postazioni informatiche è spaccato: poco più della metà (52,4%) ritiene che le postazioni siano in numero adeguato, mentre il 47,6% pensa che non siano sufficienti; tali valori sono coerenti con quelli registrati a livello di Ateneo (rispettivamente, 55,6% postazioni adeguate e 44,4% inadeguate). Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 48,7% degli intervistati le ritiene "spesso adeguate" e il 12,8% "sempre o quasi sempre". I servizi bibliotecari raccolgono in generale un giudizio soddisfacente: l'87,8% li valuta in modo "abbastanza" o "decisamente" positivo.

Pdf inserito: [visualizza](#)



Anno accademico 2019/2020, dati estratti il 4 ottobre 2020

Fonte dati mia.unimc.it

INGRESSO

Il trend di crescita del numero di immatricolazioni al corso di laurea triennale (L-20) si conferma positivo nell'ultimo triennio, con 114 immatricolati nell'anno 2019/2020 (+5% rispetto all'anno 2018/19, con 109 studenti).

Tale dato è confermato dal numero di iscritti al primo anno (167 per l'anno accademico 2019/20, il 10% in più rispetto al 2018/19), a sostegno del dato pienamente positivo del numero complessivo degli studenti iscritti al corso di laurea triennale in scienze della comunicazione pari a 428, circa 50 studenti in più rispetto all'anno precedente (+13%). In crescita appare anche il dato relativo agli studenti regolari che usufruiscono dei servizi di e-learning: nel 2018/19 gli studenti di teledidattica sono 23 (8 in più rispetto all'anno precedente) rappresentando, tuttavia, una piccola percentuale del totale degli iscritti (circa il 6%). Rispetto agli studenti iscritti con un titolo di accesso straniero non si registrano iscrizioni per l'anno 2019/20.

PERCORSO

Il numero di studenti iscritti in corso che hanno acquisito almeno 12 CFU risulta in crescita (303 studenti +16% rispetto all'anno precedente). Rimane stabile la percentuale di studenti del primo anno che si reinscrive al II anno dello stesso corso di studi: nell'anno accademico 2019/2020 è pari al 73,03%.

Nell'anno accademico 2019/2020 la quota di studenti che si iscrivono al secondo anno dello stesso corso di laurea avendo acquisito almeno 40 CFU entro il 31/12, è pari al 57,84 %, dato in crescita di ben 17,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente (40,43%).

In crescita appare anche il dato relativo al numero di studenti iscritti in corso che hanno acquisito nell'anno accademico almeno 6 CFU (93,69% nell'anno 2019/2020). Da considerare, inoltre, che il dato è suscettibile di ulteriore miglioramento in considerazione della circostanza che gli studenti possono sostenere ancora esami.

Stabile il numero medio di CFU acquisiti dagli studenti nel corso dell'anno accademico pari a 30,92% nel 2019/20 (31,35% nel 2018/2019). La selezione tiene conto solo dei corsi attivi e degli studenti in regola con le tasse. Il dato, inoltre, è provvisorio e sembrerebbe destinato a migliorare, se si considera che gli studenti possono sostenere esami (e conseguentemente acquisire crediti) anche nelle sessioni invernale e straordinaria. Da considerare, inoltre, che il dato inerente al numero medio di CFU acquisiti dagli studenti durante i primi due anni è pari a 83,74, in crescita rispetto all'anno precedente (75,29).

Per quanto riguarda il numero medio di CFU acquisiti dagli studenti Erasmus è nel 2019/20 pari a 31, in leggero calo rispetto all'anno precedente (34) ma comunque superiore rispetto all'a.a. 2017/18 (26).

In calo il dato inerente al numero di studenti che hanno svolto stage esterni all'Ateneo con acquisizione di crediti formativi (numero attuale 21, contro i 34 dell'anno precedente). Il dato tuttavia non è definitivo, posto che nei prossimi mesi gli studenti potrebbero acquisire crediti.

La quota percentuale degli studenti fuori corso rispetto al totale degli iscritti al corso di laurea rispetto allo scorso anno accademico è in calo rispetto al 2018/2019 (-2,17%). Essa, infatti, è pari al 13,32%, rispetto a quella dell'anno 2018/2019 del 15,49%. In calo anche il dato relativo al numero degli studenti inattivi e cioè degli studenti che hanno conseguito nell'anno accademico di riferimento un numero di CFU inferiore a 5. Gli studenti inattivi sono passati dal 20% del 2018/19 al 18,84% nel 2019/20.

Diminuisce inoltre di circa il 4% il tasso di abbandono del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, nella.a. 2019/20 risulta pari al 18,44% mentre nel 2018/19 era del 21,58%.

USCITA

Il numero di studenti laureatisi nell'anno solare 2019 è pari a 53, mentre nel 2018 i laureati erano stati 50. Per quanto riguarda il 2020 il numero di laureati si attesta a 43 ma si tratta di un valore provvisorio, essendoci ancora una sessione di laurea.

Aumenta seppur di poco la durata media del corso di studi dall'iscrizione al conseguimento del titolo: 3 anni e 11 mesi nell'anno 2020, rispetto ai 3 anni e 7 mesi dell'anno 2019. Anche in tal caso il dato è provvisorio, suscettibile di ulteriore

miglioramento, in linea con l'andamento precedente.

In leggero aumento il dato relativo alla percentuale di studenti laureati in corso calcolata in riferimento agli iscritti all'ultimo anno di corso: 51,61% nel 2018/19, 49,21% della.a. 2017/18.

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

I dati di ingresso nel mercato del lavoro dei laureati in Scienze della Comunicazione, rilevati nel 2019, ad un anno dal ^{28/10/2020} conseguimento del titolo (2018), sono stati attinti dall'Indagine Almalaurea sulla condizione occupazionale dei laureati italiani 2019. Dei 51 studenti laureatesi del 2018, ne sono stati intervistati 37, e tra questi ultimi il collettivo esaminato è stato ristretto da Almalaurea a 21 individui. Si tratta di laureati che nel 47,6% dei casi, al momento della rilevazione, erano iscritti ad un corso di laurea magistrale; dato inferiore al valore medio di Ateneo (69,3%). Il quadro che si evince dalla lettura dei dati presenta alcuni aspetti che vanno posti sotto osservazione in un'ottica di lungo periodo. Il tasso di occupazione, per esempio, pari al 42,9%, pur essendo nettamente superiore al dato medio di Ateneo, 25,7%, non è del tutto soddisfacente. Particolarmente critica è la percentuale di occupati che, nel lavoro, utilizza in misura elevata le competenze acquisite con la laurea, appena del 25%, 18 punti percentuali in meno del valore medio di Ateneo (43,3%). Pure la retribuzione media mensile percepita, ad un anno dal titolo, non risulta in linea con il dato medio di Ateneo: per il CdS L-20 è pari a solo 719, mentre per l'Ateneo è di 849. Infine, i laureati in Scienze della comunicazione indagati, hanno espresso una valutazione moderatamente positiva per il lavoro svolto, punti 6,4 su una scala da 1 a 10; valore leggermente inferiore al dato medio di Ateneo (7,5).

Descrizione link: CONDIZIONE OCCUPAZIONALE DEI LAUREATI, fonte Almalaurea

Link inserito:

https://www.unimc.it/it/qualita/qualita-didattica/documenti-aq-cds/indagine-almalaurea/indagine-almalaurea-a-a-2019-2020/al_I-20_

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

In questa sezione vengono analizzati i dati relativi ai questionari compilati da enti ed imprese ospitanti gli studenti di Scienze della comunicazione, al termine dello stage curriculare. I dati, aggiornati al 29/09/2020, sono stati scaricati dal portale di Ateneo MIA. Il collettivo indagato comprende in tutto 18 aziende/enti. ^{28/10/2020}

Il giudizio complessivo che si evince dalla lettura dei dati in merito all'esperienza dello stage e alla preparazione degli studenti è piuttosto positivo. Le funzioni e i compiti svolti dallo/dalla stagista sono stati valutati molto congruenti con il progetto formativo sottostante lo stage nell'83,3% dei casi. I tutor aziendali si sono dimostrati molto soddisfatti della preparazione degli stagisti, apprezzando, in particolare, le competenze trasversali esibite dagli studenti nello svolgimento dello stage, e cioè:

- raccolta, selezione ed elaborazione di informazioni: molto competente (83,33%), abbastanza competente (16,67%);
- capacità di gestire il proprio lavoro nei tempi richiesti: molto competente (77,78%), abbastanza competente (22,22%);
- adattabilità ai cambiamenti e flessibilità di fronte a situazioni diverse: molto competente (66,67%), abbastanza competente (33,33%);
- intraprendenza: molto competente (61,11%), abbastanza competente (38,89%);
- abilità nel comunicare con gli altri e nel trasmettere informazioni: molto competente (61,11%), abbastanza competente (38,89%);

Anche la valutazione delle competenze tecniche/specialistiche è risultata positiva. I tutor aziendali hanno ritenuto gli stagisti molto (44,44%) o abbastanza (55,56%) competenti nell'utilizzo dei software e pacchetti informatici. Mentre per quanto riguarda l'abilità di dialogare e produrre testi in lingua straniera, qualora previsto dallo stage, gli studenti sono stati reputati

molto (66,67%) o abbastanza (33,33%) competenti.

Alcuni enti ospitanti hanno indicato come possibile area di miglioramento l'opportunità di prolungare l'esperienza dello stage in modo da consentire allo stagista di avere una visione più completa dei processi produttivi. Mentre in un caso soltanto viene auspicato il rafforzamento delle competenze digitali degli studenti, alla luce dei possibili scenari futuri del mercato del lavoro, indotti dalle rapide trasformazioni tecnologiche in atto.

Pdf inserito: [visualizza](#)



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

21/05/2020

La struttura organizzativa e le responsabilità a livello di Ateneo e nelle sue articolazioni interne sono descritte nel documento "Attori e responsabilità nei processi di Assicurazione della Qualità: linee guida", reperibile al link

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee-guida-processi-assicurazione-qualita-ateneo>

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

04/06/2020

Per garantire una diffusione capillare del sistema di Assicurazione della Qualità, accanto al livello centrale, rappresentato dal Presidio di Qualità di Ateneo (PQA), con il supporto dell'Area per la didattica, l'orientamento e i servizi agli studenti (ADOSS), a livello di Dipartimento e di Corso di studio, l'organizzazione del sistema dell'AQ si articola nelle seguenti figure ed organi:

- Direttore del Dipartimento: nomina il Delegato dipartimentale alla didattica e referente AQ; assicura che la scheda di monitoraggio annuale sia inviata al PQA; monitora, in collaborazione con il Delegato dipartimentale alla didattica e referente AQ, l'implementazione delle azioni correttive indicate all'interno della scheda di monitoraggio annuale del CdS; monitora, in collaborazione con il Delegato dipartimentale alla didattica e referente AQ, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto;
- Commissione paritetica (CPDS): è unica per tutti i CdS afferenti al medesimo Dipartimento e dura in carica 2 anni. È composta dai rappresentanti degli studenti nel Consiglio di Dipartimento e da un uguale numero di docenti, componenti nominati dal Consiglio di Dipartimento cui il CdS afferisce. Entro il 31 dicembre di ogni anno, redige una relazione secondo quanto previsto dall'Allegato V del documento ANVUR "Autovalutazione, valutazione e accreditamento del sistema universitario italiano", e la invia al Presidio della Qualità di Ateneo (PQA) e al Nucleo di Valutazione dell'Ateneo (NdV), e la pubblica con le procedure informatiche previste dall'ANVUR.
- Consiglio Classi Unificate (CCU): garantisce la sostenibilità economico-finanziaria del Corso di studio (CdS); garantisce il rispetto dei requisiti di struttura, docenza e AQ del CdS; propone al Consiglio di Dipartimento la progettazione e la programmazione didattica del CdS; elabora il Regolamento del CdS; programma, organizza e gestisce le attività didattiche; nomina il Gruppo di Gestione AQ del CdS; approva la scheda di monitoraggio annuale e Ciclica redatti dal GAQ. I tempi e le modalità di relazione interna al CdS sono scandite dalle sedute del Consiglio di Classe; peraltro i numerosi adempimenti amministrativi, quale la scheda di monitoraggio annuale del CdS e ciclica e la compilazione della stessa Scheda SUA, rappresentano ulteriore momento di relazione interna al CdS, che appare, quindi, continua e caratterizzata da flussi di comunicazione/confronto permanenti tra tutte le componenti. La sequenza dei Consigli è regolare (di norma, mensile): le sedute sono stabilite in ottemperanza a tutte le necessità e le scadenze interne, d'Ateneo e universitarie nazionali. All'interno dei Consigli, i delegati rendicontano lo stato delle azioni correttive e di miglioramento stabilite allo scopo di garantirne l'efficace implementazione.
- Presidente CCU (PCCU): monitora, in collaborazione con il Responsabile Assicurazione della Qualità del CdS-RQ del CdS, l'implementazione delle azioni correttive indicate all'interno della scheda di monitoraggio annuale del CdS; monitora, in collaborazione con il RQ del CdS, il corretto svolgimento delle attività didattiche; pianifica le azioni correttive individuate all'interno della scheda di monitoraggio annuale del CdS mediante gli strumenti messi a disposizione dal SGQ di Ateneo; interviene prontamente per risolvere le criticità che gli vengono segnalate dal RQ del CdS; interviene per analizzare e risolvere le criticità di singoli insegnamenti insieme ai docenti interessati; compila, nel rispetto delle scadenze dettate dalla normativa vigente, la scheda SUACdS.
- Delegato dipartimentale alla didattica e referente AQ: coadiuvato da almeno un'unità di PTA, promuove, guida, sorveglia e verifica l'efficacia delle attività di AQ all'interno del Dipartimento; garantisce il corretto flusso informativo tra il PQA e i RQ del Corso di Studio; monitora, in collaborazione con il RQ del CdS, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto; coordina lo svolgimento di audit interni.

- Responsabile AQ del CdS: coadiuvato da almeno un'unità di PTA, promuove, guida, sorveglia e verifica l'efficacia delle attività di AQ all'interno del Corso di Studio; collabora alla compilazione della scheda SUA-CdS; collabora, come membro del Gruppo Qualità, alla stesura della scheda di monitoraggio annuale del CdS e Ciclica; promuove qualsiasi altra iniziativa volta al miglioramento della didattica, avendo cura di darne adeguata evidenza nelle procedure di qualità; monitora, in collaborazione con il Delegato dipartimentale alla didattica e referente AQ, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto, inclusi quelli erogati in modalità centralizzata; informa tempestivamente il PCCU di qualunque problema riguardante il corretto svolgimento delle attività didattiche, anche in base alle segnalazioni degli studenti.

- Gruppo di Gestione AQ (GAQ): nominato dal Consiglio del CdS, è composto dal Presidente del Corso, dai rappresentanti degli studenti individuati tra gli studenti eletti nei Consigli di Corso, dal docente Responsabile AQCdS, dal personale Tecnico-Amministrativo Referente AQCdS. Il GAQ - nel periodo ottobre/dicembre, anche coordinandosi e confrontandosi con gli altri GR del Dipartimento - provvede alla stesura della scheda di monitoraggio annuale del CdS e all'individuazione di azioni di miglioramento, valutando: i dati relativi ai risultati delle attività didattiche del CdS; le schede dell'opinione degli studenti, dei laureati, dei docenti e degli enti/impresse presso i quali gli studenti effettuano stage o tirocini; il recepimento degli obiettivi della qualità della didattica definiti dagli Organi di Governo; i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS ; la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza. Provvede alla stesura, tipicamente a intervalli di più anni in funzione della durata del CdS e della periodicità dell'accreditamento e, comunque, in preparazione di una visita di accreditamento periodico, del riesame ciclico del CdS e all'individuazione di azioni di miglioramento, valutando: l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS; le figure professionali di riferimento e le loro competenze; la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti; l'efficacia del sistema di gestione del CdS; i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS ; la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza.

Inoltre, all'interno del Corso di studio, sono state costituite le seguenti commissioni:

- Commissione per divisione attività in semestri, che ha il compito di distribuire equamente il carico didattico tra il primo e il secondo semestre;

- Commissione carriere studenti, che ha il compito di esaminare le domande pervenute dagli studenti, in particolare, con riferimento a: passaggi di corso; iscrizione a seconda laurea; iscrizione a seguito di rinuncia o decadenza; ulteriori richieste degli studenti già iscritti; scelta esame opzionale. La Commissione si riunisce prima del CCU in modo tale da sottoporre le questioni esaminate all'approvazione del medesimo Consiglio.

- Commissione per il coordinamento didattico, che valuta i programmi didattici per aree disciplinari al fine di evitare eventuali lacune in tematiche o macrotematiche e sovrapposizioni di temi;

- Comitato di indirizzo, che ha il compito di valutare la coerenza dei profili culturali in uscita con l'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati del CDS.

Infine, per una gestione più efficace e tempestiva dei diversi profili connessi al Cds, il Direttore di Dipartimento ha conferito le seguenti deleghe: didattica; didattica online; ricerca; mobilità erasmus; rapporti internazionali; cooperazione internazionale; placement; orientamento; supervisione della Qualità della Ricerca, analisi e elaborazioni dei dati per la didattica e per la ricerca; biblioteche; rapporti con il CLA (Centro linguistico di Ateneo); disabilità; uguaglianza e questioni di genere; terza e quarta missione.

▶ QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

05/06/2020

La programmazione generale dei lavori e le scadenze di attuazione delle iniziative sono reperibili al link sottostante.

Il CdS segue le tempistiche della programmazione generale.

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee-guida-processi-assicurazione-qualita-ateneo>

▶ QUADRO D4

Riesame annuale

Dall'anno 2017/2018 il riesame è stato sostituito da una scheda di monitoraggio annuale secondo il modello predefinito dall'ANVUR, allegato 6.1 delle nuove linee guida

Link inserito: http://www.anvur.it/attachments/article/26/LG_AVA_10-8-17.pdf

