



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1590054</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-studio
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	BERTOLAZZI Alessia
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 (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BERTOLAZZI	Alessia		PA	1	

2.	BONGELLI	Ramona	PA	1
3.	CAR	Ronald	PA	1
4.	CEGOLON	Andrea	PA	1
5.	FRONTONI	Emanuele	PO	1
6.	GISTRI	Giacomo	PO	1
7.	QUAGLIA	Valeria	RD	1
8.	RONDINI	Andrea Raffaele	PA	1
9.	VENTRONE	Angelo	PO	1
10.	ZANIER	Maria Letizia	PA	1

Rappresentanti Studenti	cirillo maria m.cirillo7@studenti.unimc.it
Gruppo di gestione AQ	ALESSIA BERTOLAZZI RAMONA BONGELLI RONALD CAR ROBERTA CATENA MARIA CIRILLO GIACOMO GISTRI VALERIA QUAGLIA
Tutor	Andrea Raffaele RONDINI Ramona BONGELLI Andrea CEGOLON Alessia BERTOLAZZI Giacomo GISTRI Maria Letizia ZANIER Valeria QUAGLIA



Il Corso di Studio in breve

18/05/2023

Il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende formare professionisti con solide conoscenze e competenze nel settore dell'informazione e della comunicazione, con riferimento ai media tradizionali e digitali. I laureati apprendono cognizioni utili all'analisi critica e alla elaborazione di prodotti comunicativi, informativi, creativi, promozionali (come contenuti per la pubblicità, piani di comunicazione, piani di marketing, indagini di mercato), nonché alla progettazione, realizzazione e gestione di strumenti comunicativi con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni (come pagine web e testi multimediali).

Il Corso prevede insegnamenti comuni che garantiscono una preparazione di base multidisciplinare in campo sociologico, psicologico, storico, economico, giuridico, linguistico, semiotico e informatico, per poi articolarsi in due curricula, Comunicazione d'Impresa e Comunicazione di Massa.

Il curriculum 'Comunicazione d'Impresa' si propone di trasmettere conoscenze e competenze funzionali a svolgere attività professionali nell'ambito del marketing, della pubblicità e delle pubbliche relazioni, spendibili nelle variegate aree che

compongono la comunicazione aziendale: istituzionale, organizzativa, di mercato e finanziaria. I laureati in questo curriculum acquisiscono competenze teoriche, metodologiche e pratiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi utilizzabili in campagne pubblicitarie e di marketing presso organizzazioni pubbliche e private.

Il curriculum 'Comunicazione di Massa' offre competenze funzionali a svolgere attività professionali nella gestione degli uffici stampa e nelle relazioni con il pubblico, nell'ambito del giornalismo e della diffusione sociale e culturale dell'informazione, nonché nel settore della produzione audio-visiva. I laureati in questo curriculum acquisiscono competenze teoriche, metodologiche e pratiche di base nei vari settori dei media e della comunicazione di massa. In particolare, i laureati devono essere in grado di analizzare criticamente le diverse tipologie di testo e gli effetti dei media sulle varie dimensioni dell'agire sociale.

Il Corso di studio mira a coniugare il "sapere" e il "saper fare", proponendo agli studenti sia attività di tirocinio curriculare obbligatorio, sia un'ampia gamma di laboratori, allo scopo di trasmettere competenze tecniche e professionalizzanti. Inoltre, gli studenti hanno la possibilità di svolgere periodi di studio all'estero, attraverso il programma Erasmus+, scegliendo tra numerosi accordi di scambio con università straniere.

Gli sbocchi professionali del Corso di Studio sono rivolti, in generale, a organizzazioni pubbliche e private, nazionali ed estere e, in particolare, a uffici per la relazione con il pubblico degli enti pubblici, uffici di comunicazione e marketing delle imprese private, imprese nel campo dei media, del giornalismo, dell'editoria e degli audiovisivi, agenzie di comunicazione, uffici-stampa, agenzie di organizzazione di eventi. In queste sedi, i laureati in Scienze della Comunicazione possono assumere ruoli in qualità di tecnici del marketing (marketing manager, operatore di web marketing), tecnici della pubblicità (copywriter, art director, media planner), tecnici delle pubbliche relazioni, tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale.

Le conoscenze trasmesse dal Corso offrono altresì una preparazione adeguata al proseguimento degli studi nel ciclo successivo, in particolare nel corso di laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali (classe LM-19) proposto dalla sede.

Link: http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/corsi-di-studio



QUADRO A1.a

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

19/01/2023

Il Corso di Laurea triennale in Scienze della Comunicazione, attraverso i suoi distinti curricula formativi, deve permettere agli studenti di acquisire competenze spendibili nel mercato del lavoro, 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.

Seguendo le indicazioni delle CEV di rendere sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, nei successivi anni accademici il corso di studio ha operato per rendere strutturale il confronto con le parti sociali, organizzando consultazioni almeno biennali.

Le consultazioni si sono svolte tramite diversi metodi:

- a. audit in presenza con le parti sociali (cfr. resoconti in allegato);
- b. somministrazione di questionari, con domande aperte e chiuse, rivolti agli stakeholder;
- c. organizzazione di seminari interdisciplinari/tavole rotonde con esperti e rappresentanti del mondo del lavoro, rivolti agli studenti.

Inoltre, il corso di studio ha istituito un Comitato d'Indirizzo, composto dal Presidente del CdS, dai Referenti Scheda-SUA, dal Delegato al Placement, dai Rappresentanti degli studenti e da alcuni enti e imprese, selezionati tenendo conto della varietà delle attività (settori produttivi) e del raggio d'azione (regionale, nazionale e sovranazionale).

Il Comitato d'Indirizzo si occupa di approfondire la coerenza dei profili culturali in uscita con l'effettiva potenzialità occupazionale dei laureati del CdS; individuare le aspettative di enti ed imprese verso i laureati del CdS e raccogliere l'opinione delle parti sociali in merito all'offerta formativa del CdS; svolgere appositi studi e analisi di dati riguardo all'impatto dei laureati nel mercato del lavoro e all'evoluzione delle professioni nell'ambito della comunicazione.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.b

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

14/06/2023

Per garantire il costante aggiornamento del progetto formativo e dei profili professionali in uscita, il CDS in Scienze della Comunicazione implementa due tipi di azione:

a) consultazione continua degli attori rappresentativi delle principali funzioni socio economiche del territorio di riferimento. L'azione di consultazione viene sviluppata con l'obiettivo di rendere maggiormente sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, per una riprogettazione permanente del Corso di Studi, in linea con i cambiamenti del settore dell'informazione e della comunicazione al quale questo CDS si rivolge;

b) analisi documentale da parte del Comitato di Indirizzo sull'efficacia del progetto formativo e sui profili culturali in uscita, finalizzata a: valutare la coerenza fra i profili culturali in uscita e la propria offerta formativa, anche in confronto con l'offerta formativa erogata a livello regionale e nazionale nella medesima classe; approfondire e fornire elementi in merito alle effettive potenzialità occupazionali dei laureati del CdS.

In particolare, sono state intraprese le iniziative elencate di seguito, suddivise per anno accademico (per approfondimenti, si rimanda al file allegato 'Verbal e documenti consultazioni L-20').

Anno accademico 2015-2016

Il CdS, tramite i proff. Bertolazzi, Pojaghi, Gistri, Bongelli, D'Ambrosi e Cegolon, ha formulato un'intervista semi-strutturata, composta sia da domande aperte sia chiuse valutabili attraverso un punteggio da 1 a 7, che è stata somministrata a partire dal mese di ottobre del 2015 (con successivi reminder), attraverso il sistema Survey online di Ateneo, ad un insieme di stakeholder al fine raccogliere le opinioni in merito alla rispondenza dell'offerta formativa del CdS L-20 alle esigenze del mondo del lavoro. Gli stakeholder sono stati scelti garantendo la rappresentatività della varietà dei settori produttivi, della natura giuridica (enti pubblici, associazioni, organizzazioni no-profit e aziende private) e del territorio di riferimento (regionale, nazionale e sovranazionale). Gli stakeholder che hanno partecipato sono stati i seguenti: Pfizer S.r.l. (<http://www.pfizer.it/>), impresa multinazionale che opera nel settore farmaceutico; Fondazione Banco Alimentare ONLus (<http://www.bancoalimentare.it/>) organizzazione senza fini di lucro che opera a livello nazionale nel recupero delle eccedenze alimentari e nella loro redistribuzione a strutture caritative che poi le recapitano alle persone bisognose presenti sul territorio; ANUSCA (Associazione Nazionale Ufficiali di Stato Civile e Anagrafe - <http://www.anusca.it/>), che si occupa di formazione e aggiornamento professionale degli operatori dei servizi demografici; Pil associati srl e Pilcomsrl (<http://www.pilassociati.it/>) agenzia di comunicazione che si occupa di grafica, web, social, pubbliche relazioni; Comune di Macerata (<http://www.comune.macerata.it/>) in veste di amministrazione pubblica, Associazione Arena Sferisterio (<http://www.sferisterio.it/>) in qualità di associazione culturale che si occupa dell'organizzazione e promozione di festival, stagione lirica e altre manifestazioni artistiche e culturali, ElicosSrl (<http://www.elicos.it/en/chi-siamo>) impresa che opera nel campo dell'informatica e della comunicazione digitale. Gli intervistati svolgono la loro attività su scale territoriali differenziate (internazionale, nazionale, locale). In particolare, il primo soggetto è una multinazionale; il secondo e terzo operano senz'altro a livello nazionale; gli altri svolgono attività in ambito interregionale, regionale o locale. I risultati dell'intervista semi-strutturata sono stati discussi nel CCU del 4 maggio 2016. Per quanto riguarda il CdS L-20, la valutazione generale sul corso è stata positiva. I principali punti di forza indicati sono la multidisciplinarietà e la completezza dell'offerta formativa; mentre, tra i punti di debolezza, vari rispondenti hanno segnalato un'offerta formativa linguistica non del tutto sufficiente (in particolare, della lingua inglese), oltre al potenziamento di altre competenze (informatiche, economiche, marketing).

Anno accademico 2016/2017

Si è svolto un incontro con gli stakeholder il 16 dicembre 2016, per una consultazione sul progetto formativo per l'a.a. 2016/ 2017, coordinato dalla prof.ssa Bongelli, responsabile del rapporto con le parti sociali (CCU del 21 settembre 2016), presso il Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle relazioni internazionali. Nel dettaglio, alle ore 15,30, si è tenuto l'incontro di consultazione tra i rappresentanti del CDS e i rappresentanti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento. A seguire si è tenuta una Tavola Rotonda dal titolo 'Le professioni della comunicazione'. Evoluzione e digitalizzazione'.

Nei mesi precedenti (ottobre/novembre 2016) il CDS ha dato mandato ai propri docenti (Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Giacomo Gistri, Rosita Pretaroli) di individuare gli attori di rilevanza 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. Gli stakeholder intervenuti alla riunione sono stati: l'agenzia di comunicazione indipendente Pil Associati; Elica spa; CNA di Macerata, Fondazione banco alimentare ONLUS tramite il digital strategist, Regione Marche tramite il proprio funzionario incaricato per il Progetto Agenda Digitale regionale. Ai presenti, nei mesi precedenti, è stato

distribuito un insieme di informazioni preliminari per preparare la discussione in presenza: il piano di studio del CdS in Comunicazione e Culture Digitali, il link alla scheda SUA contenente le indicazioni dettagliate del CdS, il questionario utilizzato per le consultazioni a distanza secondo le linee guida del PQA dell'Ateneo.

Gli esiti della consultazione in presenza sono stati verbalizzati e approvati in CCU nella seduta del 1 febbraio 2017. I temi di discussione della consultazione sono: 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 che sono stati tutti positivamente valutati dalle organizzazioni rappresentative. In particolare:

- tutti i rappresentanti del mondo del lavoro hanno valutato gli obiettivi formativi congruenti con l'offerta formativa proposta dal CDS e appropriati alle richieste del mercato del lavoro;
- le figure professionali previste dal CDS risultano coerenti rispetto all'offerta formativa del CDS e alle richieste del mercato del lavoro;
- gli stakeholder, in particolare, hanno apprezzato l'interdisciplinarietà, la formazione di competenze trasversali e lo stage obbligatorio.

Il confronto con le parti sociali non ha fatto emergere particolari criticità in merito all'offerta formativa proposta. Gli stakeholder suggeriscono di rafforzare la continua collaborazione con imprese e associazioni, aumentando le occasioni di incontro allo scopo di presentare casi di studio da analizzare in aula.

Anno accademico 2017/2018

Il CDS ha dato continuità all'azione intrapresa dalla sua istituzione riguardo alla consultazione continua degli stakeholder del territorio di riferimento.

In particolare, il CDS ha lavorato rispettivamente su tre livelli:

a) l'aggiornamento e l'allargamento del gruppo degli attori rappresentativi delle principali funzioni socio economiche e la consultazione indiretta delle parti sociali. Questa attività, coordinata dalla prof.ssa Bongelli (coordinatrice del gruppo di lavoro stakeholder), è stata svolta dai docenti del CDS in relazione alla necessità di rendere più ampio e variegato il gruppo di attori di riferimento con i quali il CDS confronta i propri piani formativi, in particolare in riferimento al territorio nazionale e internazionale. Questa attività ha permesso di implementare ulteriormente il database degli stakeholder di riferimento. In conseguenza di questa attività, nel corso del 2017, si è svolta un'indagine telematica rivolta a tutto il nuovo database delle parti sociali. Questo tipo di consultazione indiretta è stata effettuata attraverso il questionario di riferimento elaborato dal PQA di Ateneo e rielaborato dal gruppo di lavoro del CDS ed è stata volta in particolare ad evidenziare:

- le esigenze attese del mercato del lavoro in relazione ai futuri laureati del CDS L-20;
- l'opinione sul piano di studio predisposto dal CDS in termini di sbocchi professionali e figure culturali.

L'indagine telematica, che ha previsto anche una fase intermedia di contatti telefonici, è iniziata il 5 giugno 2017 e si è conclusa il 10 novembre con un numero di rispondenti pari a 4;

b) organizzazione dell'incontro annuale in presenza con le parti sociali disponibili, di livello regionale, nazionale ed internazionale, programmato per il pomeriggio del 13 dicembre 2017 dal titolo 'Comunicare il benessere. Prospettive per le professioni della comunicazione'. Sono intervenuti all'incontro i rappresentanti della Multinazionale farmaceutica Pfizer, dell'Area Vasta 3 Macerata di ASUR MARCHE, dell'Agenzia Regionale Sanitaria della Regione Marche e dell'Associazione Culturale Pindaro. Tutte le parti sociali presenti sono state contattate dall'ufficio di coordinamento del CDS tramite e-mail in data 6 dicembre 2017. Oltre all'invito, le parti sociali hanno ricevuto: la scheda SUA; il link ad University e la presentazione in formato ppt utilizzata dalla prof.ssa Alessia Bertolazzi nelle giornate dell'orientamento del corso di studi. L'invio del materiale informativo è ritenuto un aspetto fondamentale dal CDS in quanto permette di entrare nel dettaglio dell'offerta formativa durante l'incontro in presenza, in particolare di discutere la coerenza del CDS rispetto alle esigenze della domanda di lavoro e di stimolare le parti sociali a indicare miglioramenti al CDS sulla predisposizione 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.

Anno accademico 2018/2019

Il CCU ha sperimentato una modalità innovativa di consultazione degli stakeholder che vede il coinvolgimento attivo degli stessi attraverso la co-progettazione di attività formative all'interno dei singoli insegnamenti. Questa partecipazione ha dato luogo ad incontri sotto forma di seminari e attività laboratoriali co-condotte da stakeholder specialisti delle materie, riconosciuti in ambito nazionale, e dai docenti del Corso di Studi. Questo tipo di azione è finalizzata ad arricchire la procedura di consultazione degli stakeholder e creare un network di attori che lavorino, in modalità consultiva, attorno alla progettazione del Corso di Studi. Si è quindi provveduto ad organizzare singoli eventi, con la diretta partecipazione degli

stakeholder, che potessero aiutare gli studenti ad individuare ed a dotarsi degli skills determinati per l'inserimento nel mondo del lavoro nell'ambito del settore della comunicazione:

Nello specifico, in data 11 ottobre 2018, nell'ambito del Festival OVERTIME 'Festival nazionale del racconto e dell'etica sportiva' si sono tenuti nel nostro Dipartimento due seminari, ai quali hanno partecipato gli studenti iscritti sia alla L-20 che alla LM-19. Il primo intitolato 'Web e comunicazione sportiva on-line. Nuovi linguaggi e nuove icone del racconto sportivo' ha visto la partecipazione dei giornalisti Marino Bartoletti, Angelo Carotenuto (La Repubblica), Federico Militello (OA Sport), Daniele Bartocci (Gazzanet) e Roberto Monzani (Inter Media House); moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). Al secondo, 'Comunicare lo sport attraverso la radio: parole e stili', hanno partecipato il Rettore, prof. Francesco Adornato, Marco Ardemagni (conduttore radiofonico RAI), Riccardo Cucchi, Francesco Repice (Rai Sport), Gerardo De Vivo (Agenzia Area), Gianluca Teodori (RDS), con la moderazione di Dario Ricci (Il Sole 24 Ore-Radio24) e Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 29/10/2018, si è tenuto un seminario interdisciplinare in tema di 'Promozione e Strategie della salute' con Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Lucia Piccinini (Associazione per il disagio psicologico e i disturbi alimentari), Linda Lombi, Dott. Felice Sapone (Asur Civitanova Marche). In data 26 Marzo 2019, invece, ha avuto luogo la tavola rotonda 'Comunicare le elezioni europee attraverso i media digitali', organizzata in collaborazione con lo Europe Direct Regione Marche. All'evento erano presenti in qualità di relatori: Barbara Fioravanti (Direct Regione Marche), Marisa Celani (Europe Direct Regione Marche) e Stefano Campanari (Scambieuropei e European Elections Young Multiplier). Un'altra iniziativa che ha avuto particolare successo è stato il seminario 'Tutto il bello dell'informazione' del 2 Aprile 2019, con relatori Angelo Capulli, Silvia Vaccarezza (giornalista Tg2 RAI), Luca Mattiucci (Direttore Responsabile de 'Il Paese Sera'). Moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 19/04/2019, si è svolto un seminario in tema di 'GDPR e sicurezza dei dati personali' (con Simone Calzolaio e Vanni Boncinelli (Data protection officer di OBI Italia). Infine, in data 09/05/2019, nell'ambito dell'insegnamento di Marketing, il prof Gistri ha organizzato il seminario 'Atleta Azienda: comunicazione, pianificazione e gestione finanziaria nel mondo dello sport professionistico', relatore Michele Scarpeccio (Next Life).

Anno accademico 2019/2020

Il CCU ha provveduto ad ampliare la composizione del Comitato di indirizzo. Il nuovo comitato di indirizzo è 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 2020 si è riunito il Comitato d'Indirizzo e sono state consultate le parti sociali in presenza (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 hanno orientato l'aggiornamento dell'offerta formativa a partire dall'a.a. 2021/2022.

Di seguito all'incontro, 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.

Anno accademico 2020/2021

Il CdS ha svolto una consultazione documentale per valutare la caratterizzazione del progetto formativo del corso triennale L-20 rispetto all'offerta formativa nazionale della Classe. È stata svolta un'analisi di benchmark sui CdS incardinati nella Classe L-20, prendendo in esame tutti i corsi erogati nella Macroregione di riferimento e un campione di corsi erogati a livello nazionale. L'analisi è stata presentata e discussa nel CCU del 28/09/2020. L'analisi ha permesso di rilevare che il CdS presenta insegnamenti in aree disciplinari comuni agli altri corsi esaminati (ad es. nel marketing, nella comunicazione

pubblica e di impresa ecc.). Tuttavia, il CdS sembra caratterizzarsi per una più spiccata interdisciplinarietà che, tenuto conto del progressivo aumento degli immatricolati, può rappresentare un punto di forza.

Anno accademico 2021/2022

In data 07/02/2022, il Comitato di indirizzo è stato interpellato per via telematica. In particolare, i componenti del Comitato sono stati consultati in merito alla proposta di integrazione dell'offerta del CdS L-20 per l'a.a. 2022/2023. Nel dettaglio, l'accelerazione alla digitalizzazione che ha prodotto la pandemia da Covid-19 ha avuto un forte impatto sui settori professionali di sbocco del nostro CdS, nei quali si assiste ad una irreversibile transizione verso il digitale. Ciò ha di fatto portato alla luce una domanda di competenze nell'ambito delle digital humanities per gli operatori di questi settori, con particolare riferimento ai sistemi multimediali, alle soluzioni per il web e all'utilizzo dell'intelligenza artificiale, come testimoniato dalle numerose ricerche e studi di settore. Nel CdS, la formazione di base in materia di informatica è garantita dalla presenza dell'insegnamento "Informatica per la comunicazione" (CFU 9). Tuttavia, si è ritenuto opportuno potenziare tale area, attraverso l'inserimento di attività affini, consistenti in un insegnamento a scelta, posto in alternativa ad altre attività affini già presenti nel piano di studi. Pertanto, il Comitato di Indirizzo è stato consultato per chiedere un parere sulla proposta di attivazione di un insegnamento denominato "Progettazione di Sistemi Multimediali e per il Web" (8 CFU). Nello specifico, il corso offre agli studenti approfondimenti sui seguenti temi: Progettazione e sviluppo di sistemi multimediali per il web; Sistemi low-coding per la realizzazione di piattaforme web; Soluzioni multimediali per la fruizione di spazi virtuali attraverso tecnologie web; Database multimediali; Tecnologie e infrastrutture cloud. Il parere del Comitato di indirizzo è stato positivo rispetto all'attivazione del nuovo insegnamento, come verbalizzato nell'adunanza del CCU del 10/02/2022.

Anno accademico 2022/2023

Il giorno 24/01/2023 è stato inviato via email ai rappresentanti del mondo del lavoro che fanno parte del Comitato di indirizzo del corso L-20 un questionario online inerente all'offerta formativa 2023/2024. Il questionario sottoposto all'attenzione dei rappresentanti del mondo del lavoro era composto da 5 domande aperte. In particolare, in una domanda del questionario si richiedeva un parere generale sull'offerta formativa del corso triennale, segnalando eventuali proposte di miglioramento. Oltre al link al questionario online, i componenti del Comitato di indirizzo hanno ricevuto la bozza del piano di studio 2023/2024 del corso L-20. I riscontri ricevuti sono stati illustrati in un verbale. Gli esiti della consultazione sono stati presentati e discussi nel CCU del 02/02/2023.

Inoltre, la composizione del Comitato di indirizzo è stata ulteriormente ampliata, includendo i Presidenti dei corsi magistrali LM-62 e LM-52, quali rappresentanti dei cicli di studio successivi al CdS, come approvato nel CCU del 23/03/2023.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbal e documenti consultazioni L-20



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

19/01/2023

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 della preparazione iniziale è obbligatoria e viene svolta con le modalità stabilite nel regolamento didattico del corso di studio e descritte nel quadro A3.b. L'esito negativo della verifica comporta l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi secondo le indicazioni stabilite nel regolamento didattico del corso di studio e descritte nel quadro A3.b.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

17/05/2023

Il corso verifica che gli studenti siano in possesso di una adeguata preparazione iniziale, valutando le conoscenze minime richieste per affrontare positivamente il percorso di studi. La verifica della preparazione iniziale è svolta tramite il Test On-Line CISIA (TOLC-SU), composto da tre sezioni: Comprensione del testo e conoscenza della lingua italiana, Conoscenze e competenze acquisite negli studi, Ragionamento logico.

Il corso non è ad accesso programmato, pertanto gli studenti che dovessero ottenere dal test un punteggio inferiore a 16/50 (come somma totale tra le tre sezioni) saranno comunque immatricolati al corso. A questi studenti sono garantite delle attività formative supplementari (Laboratori) per compensare eventuali lacune (obblighi formativi aggiuntivi - OFA). Gli OFA sono soddisfatti mediante la frequenza ai Laboratori, che deve avvenire entro il primo anno di corso.

Link: <https://spocri.unimc.it/it/didattica/requisiti-di-accesso>



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

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; 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 digitale 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.

I Laureati del primo curriculum devono possedere competenze di base nei vari settori della comunicazione 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 online; 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.

I Laureati del secondo curriculum devono possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi, di marketing e campagne pubblicitario-promozionali, anche online; 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 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, essa richiede approfondimenti teorici ed applicati in alcuni ambiti disciplinari specifici.

Il primo curriculum 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 secondo curriculum 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.

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 primo curriculum, 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-mediata e culturale nelle loro manifestazioni sia classiche sia digitalizzate/informatizzate/di ultima generazione. Nel secondo curriculum, 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 e i differenti stakeholder coinvolti. 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 degli 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, tesine scritte, esercitazioni pratiche, redazione di relazioni su seminari.	
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	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 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'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. 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](#)

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE [url](#)

FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.a (*modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA*) [url](#)

FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.b (*modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA*) [url](#)

ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING [url](#)

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

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

Laboratorio:il piano di 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, gli insegnamenti di questo ambito permettono la comprensione dei modelli sociologici della comunicazione, delle caratteristiche distintive dei mezzi di comunicazione (stampa, radiotelevisione, nuovi canali tecnologici, informatici e multimediali), nonché 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. Inoltre, l'area sociologica e delle scienze umane consente di sviluppare 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 consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo, nello svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nei laboratori didattici, nell'esperienza obbligatoria di tirocini 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 E LINGUAGGIO POLITICO [url](#)

FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE [url](#)

LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI [url](#)

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

PUBLIC SPEAKING AND LEADERSHIP DEVELOPMENT [url](#)

SOCIOLOGIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

SOCIOLOGIA DEL LAVORO [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI [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 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](#)

ESTETICA [url](#)

ETICA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" [url](#)

LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE [url](#)

LABORATORIO DI TECNOLOGIE PER IL WEB [url](#)

LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI [url](#)

LINGUA E CULTURA FRANCESE [url](#)

LINGUA E CULTURA SPAGNOLA [url](#)

LINGUA E CULTURA TEDESCA [url](#)

LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE [url](#)

LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.a (*modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA*) [url](#)

LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.b (*modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA*) [url](#)

MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO [url](#)

SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [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 e 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 delle metodologie 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 e ai seminari interdisciplinari, il superamento degli esami, la frequenza dello stage formativo, l'elaborazione della prova finale.	
Capacità di apprendimento	Il corso permette al Laureato di sviluppare in piena autonomia il metodo di studio, l'apprendimento degli obiettivi formativi e conoscitivi, nonché l'applicazione di conoscenze teoriche e pratiche. Lo sviluppo di capacità di apprendimento autonomo è conseguito attraverso la partecipazione attiva agli insegnamenti curriculari, alle attività di carattere laboratoriale e seminariale e allo stage formativo. Le capacità di apprendimento acquisite sono valutate tramite le prove d'esame (scritte e/o orali), tramite approfondimenti autonomi richiesti in sede di esercitazioni, laboratori o attività seminariali e tramite la stesura della prova finale. In particolare, la prova finale consente di verificare il processo individuale di apprendimento, in quanto richiede di utilizzare i modelli teorici e metodologici appresi nelle differenti discipline, allo scopo di produrre in autonomia contenuti originali. Le capacità di apprendimento acquisite e verificate durante il corso di laurea	

permettono al Laureato di sviluppare un metodo per continuare ad apprendere, in modo autonomo e continuo, e offrono delle solide basi per intraprendere ulteriori studi magistrali nel campo della comunicazione.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

20/02/2023

Le attività formative affini o integrative attivate dal Corso triennale in Scienze della Comunicazione L-20 e inserite nel piano di studi (min.20-max. 20 CFU) consentono allo studente di acquisire ulteriori competenze rispetto alle attività di base e/o caratterizzanti, al fine di garantire una formazione multi-disciplinare funzionale al raggiungimento degli obiettivi formativi del corso. L'inserimento di tali attività risponde alla necessità di allineare l'offerta formativa alle evoluzioni di un settore dinamico e complesso quale quello della comunicazione, nonché di accogliere le indicazioni che emergono dal confronto sistematico con le parti sociali.

In particolare, una attività affine inserita nel piano di studi di entrambi i curricula concerne l'ambito del diritto costituzionale (6 CFU), in quanto consente allo studente di acquisire la conoscenza della tutela dei diritti fondamentali della persona e delle garanzie ad essi apprestate dall'ordinamento costituzionale, con specifico riferimento alle dinamiche della comunicazione (libertà di manifestazione del pensiero, libertà e segretezza della corrispondenza, diritti della personalità, fra cui il diritto alla privacy).

In secondo luogo, a partire dall'anno accademico 2017/18, considerata l'esigenza (emersa anche nell'incontro con le parti sociali del 16.12.2016) di formare laureati in grado di consolidare la conoscenza di almeno una lingua dell'Unione europea (oltre alla lingua inglese), si è ritenuto opportuno allargare il novero degli insegnamenti di lingua anche ad altre lingue dell'Unione Europea, per entrambi i curricula (6 CFU). Inoltre, allo scopo di potenziare l'offerta formativa nell'Area linguistica, letteraria, comunicativa e storica (esigenza emersa anche nell'incontro con le parti sociali del 16.12.2016) e consentire allo studente di poter caratterizzare il percorso di studi accentuando le proprie inclinazioni linguistico-letterarie o storico-politiche, sono proposti insegnamenti che attengono alla storia delle istituzioni politiche (8 CFU, per un curriculum) e alla letteratura italiana (8 CFU, comune per i due curricula).

In terzo luogo, considerato l'impatto, nel settore della comunicazione, delle conseguenze derivanti dalla pandemia da Covid-19, la comunicazione attraverso soluzioni digitali multimediali, gli strumenti del web e dei social media, le soluzioni di realtà aumentata e virtuale e le relative tecnologie informatiche hanno assunto un rilievo maggiore rispetto al passato. Il conseguimento degli obiettivi formativi del Corso necessita di un rafforzamento delle attività informatiche riferite all'utilizzo del web, in quanto le relative conoscenze sono essenziali per declinare gli obiettivi formativi nel contesto contemporaneo. Pertanto, accanto alla formazione di base in materia informatica, garantita nel Corso di studi dalla presenza dell'insegnamento di informatica per la comunicazione, dall'anno accademico 2022/23, è offerto per entrambi i curricula un insegnamento a scelta nel campo dei Sistemi di elaborazione delle informazioni (8 CFU), posto in alternativa con altre attività affini già presenti nel piano di studi.

Difatti, la vigente disciplina ministeriale (D.M. 133/2021 e relativa Guida alla scrittura degli ordinamenti didattici 2022/23 CUN) consente l'inserimento di attività affini ulteriori rispetto a quelle già esistenti, senza modificare la quantità di CFU assegnati per le attività formative affini ed integrative. Tali attività affini possono essere individuate anche fra le attività di base e caratterizzanti, qualora siano funzionali e coerenti al conseguimento degli obiettivi formativi del Corso.

L'inserimento della suddetta attività affine consente allo studente di aggiungere alla preparazione di base in materia informatica, obbligatoria per tutti gli studenti, una specifica e diversa preparazione concernente le soluzioni informatiche e digitali applicate alle tecnologie a supporto della progettazione di soluzioni multimediali per il web e la rete internet (ad es. sviluppo di sistemi multimediali per il web; sistemi low-coding per la realizzazione di piattaforme web; database multimediali: tecnologie e infrastrutture cloud).



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. L'oggetto 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.



17/05/2023

Gli studenti scelgono la materia in cui svolgere la tesi tra quelle presenti all'interno del proprio curriculum di studio e sono tenuti 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.

La Commissione giudicatrice valuta la prova finale, tenendo conto del curriculum dello/a studente/essa, 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 può assegnare da 0 a 6 punti, a cui possono essere aggiunti 2 punti (per un massimo di 8 punti in totale), di cui un punto se il/la candidato/a si laurea in corso e un punto se il/la candidato/a ha ottenuto più di tre lodi.

Al seguente link, sono fornite indicazioni sul metodo di calcolo del voto di laurea: <https://www.unimc.it/it/didattica/iscrizione-e-carriera/esame-di-laurea/voto-laurea>.

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 nel sito del Dipartimento.

Link: http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esami-di-laurea_comunicazione



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: piano di studi 2023-2024 curricula CM e CI Scienze della Comunicazione

Link: <https://www.unimc.it/it/ateneo/normativa/regolamenti-di-ateneo/regolamenti-cds-spocri/scienze-della-comunicazione-l-20-1>

▶ 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.	L-LIN/04	Anno di	A2 (modulo di LETTORATO LINGUA FRANCESE) link			0		

		corso 1						
2.	L- LIN/07	Anno di corso 1	A2 (modulo di LETTORATO LINGUA SPAGNOLA) link			0		
3.	L- LIN/04	Anno di corso 1	B1 (modulo di LETTORATO LINGUA FRANCESE) link			0		
4.	L- LIN/07	Anno di corso 1	B1 (modulo di LETTORATO LINGUA SPAGNOLA) link			0		
5.	SPS/04	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link	GRIMALDI SELENA CV	RD	8	40	
6.	SPS/12	Anno di corso 1	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link	ZANIER MARIA LETIZIA CV	PA	8	40	
7.	IUS/08	Anno di corso 1	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link	CALZOLAIO SIMONE CV	PA	6	30	
8.	SECS- P/08	Anno di corso 1	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE link			8		
9.	M- FIL/04	Anno di corso 1	ESTETICA link	FOCOSI FILIPPO CV		8	40	
10.	M- FIL/03	Anno di corso 1	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link	TIRIBELLI SIMONA	RD	8	40	
11.	SECS- P/02	Anno di corso 1	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link			8		
12.	SECS- P/02	Anno di corso 1	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.a (modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA) link	FABIANI MICHELE CV	RD	8	50	

13.	SECS-P/02	Anno di corso 1	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.b (<i>modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA</i>) link	FABIANI MICHELE CV	RD	0	10	
14.	M-PED/01	Anno di corso 1	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link	CEGOLON ANDREA CV	PA	8	40	✓
15.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link	RONDINI ANDREA RAFFAELE CV	PA	8	40	✓
16.	ING-INF/05	Anno di corso 1	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE link	FRONTONI EMANUELE CV	PO	9	60	✓
17.	IUS/09	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO link	CALZOLAIO SIMONE CV	PA	8	40	
18.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link	ARIENZO FRANCESCA CV		4	20	
19.	SECS-P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link	CIAVATTINI FEDERICA CV		4	20	
20.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link	RINALDESI LEONARDO CV		4	20	
21.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link	CINGOLANI GIORGIO CV		4	20	
22.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE link			4	20	
23.	M-PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA CV	PA	4	20	✓
24.	ING-INF/05	Anno di	LABORATORIO DI TECNOLOGIE PER IL WEB link	PAOLANTI MARINA CV	RD	4	20	

		corso 1						
25.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 1	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link	RONDINI ANDREA RAFFAELE CV	PA	4	20	
26.	SECS- P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link	SPAGNUOLO MICHELE CV		4	20	
27.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link			4	20	
28.	L- LIN/04	Anno di corso 1	LETTORATO LINGUA FRANCESE link			0		
29.	L- LIN/12	Anno di corso 1	LETTORATO LINGUA INGLESE link			0		
30.	L- LIN/07	Anno di corso 1	LETTORATO LINGUA SPAGNOLA link			0		
31.	L- LIN/04	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA FRANCESE link			6		
32.	L- LIN/07	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA SPAGNOLA link			6		
33.	L- LIN/14	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA TEDESCA link			6		
34.	L- LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE link			8		
35.	L-FIL- LET/10	Anno di corso 1	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link	CORSALINI GIULIA CV		8	40	

36.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE link	ARIENZO FRANCESCA CV		8	40	
37.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA link			8		
38.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.a (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link			6		
39.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.b (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link	CHIUSAROLI FRANCESCA CV	PO	2	10	
40.	M-PED/01	Anno di corso 1	Laboratorio di teoria e modelli dei processi formativi (modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI) link	CEGOLON ANDREA CV	PA	0	20	
41.	SECS-P/08	Anno di corso 1	Laboratorio:il piano di marketing (modulo di MARKETING) link	GISTRI GIACOMO CV	PO	0	20	
42.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING (modulo di MARKETING) link	GISTRI GIACOMO CV	PO	8	40	
43.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING link			8		
44.	SPS/07	Anno di corso 1	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link	BERTOLAZZI ALESSIA CV	PA	8	40	
45.	ING-INF/05	Anno di corso 1	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link	FRONTONI EMANUELE CV	PO	8	40	
46.	M-PSI/01	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA CV	PA	8	40	
47.	M-PSI/05	Anno di	PSICOLOGIA SOCIALE link	FERMANI ALESSANDRA CV	PO	8	40	

		corso 1						
48.	M- PED/01	Anno di corso 1	PUBLIC SPEAKING AND LEADERSHIP DEVELOPMENT link			4		
49.	L- ART/06	Anno di corso 1	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI link	MANCINO ANTON GIULIO CV	PA	8	40	
50.	M- FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link	GARBUGLIA ANDREA CV		8	40	
51.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA link	BERTOLAZZI ALESSIA CV	PA	8	40	
52.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link	VAGNI TITO CV		8	40	
53.	SPS/09	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEL LAVORO link			8		
54.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	QUAGLIA VALERIA CV	RD	8	40	
55.	M- STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	VENTRONE ANGELO CV	PO	8	40	
56.	SPS/03	Anno di corso 1	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link	CAR RONALD CV	PA	8	40	
57.	M- PED/01	Anno di corso 1	TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (<i>modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI</i>) link	CEGOLON ANDREA CV	PA	8	40	
58.	M- PED/01	Anno di corso 1	TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI link			8		



QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Le aule presso altre Sedi sono condivise con altri Dipartimenti in Ateneo

Link inserito: <https://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>



QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Le aule multimediali presenti al Polo Pantaleoni assegnate al CdS sono condivise con altri CdS in Ateneo

Link inserito: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>



QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: collegamento alla pagina web strutture sito del Dipartimento SPOCRI

Link inserito: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>



QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Il Corso di studi si avvale delle strutture interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo

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



QUADRO B5

Orientamento in ingresso

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli studenti e l'Ufficio Infopoint/Ciao dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in ingresso in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

Le principali azioni di orientamento in ingresso sono:

1) Orientamento informativo

- Infopoint - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni per la scelta del corso;

- Welcome point matricole - servizio di informazione telefonica, che fornisce anche supporto operativo allo svolgimento delle procedure di immatricolazione e rinnovo dell'iscrizione nel periodo luglio/gennaio;

14/06/2023

- Sito web di Ateneo - sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

2) Orientamento alla scelta

- Salone di orientamento interno - giornate di orientamento rivolte agli studenti delle scuole superiori (in sede oppure on line generalmente alla fine di gennaio o all'inizio di febbraio);
- Unimc a scuola - incontri di orientamento presso le scuole superiori delle Marche e delle Regioni limitrofe, svolte durante l'anno scolastico, per far conoscere l'offerta formativa e i servizi dell'Ateneo;
- La tua scuola a Unimc: un giorno da universitario – accoglienza, su richiesta, di gruppi delle scuole superiori, per far conoscere l'offerta formativa e i servizi dell'Ateneo, nonché per far visitare le strutture;
- Laboratorio “La scelta universitaria. Talenti e passioni: la professione che è in te – Sorprendo” – laboratorio di accompagnamento alla scelta del percorso formativo e professionale, realizzato dall'Ufficio Infopoint/Ciao con l'utilizzo della piattaforma Sorprendo, che fornisce strumenti di auto-valutazione e percorsi di analisi e scoperta del mondo del lavoro;
- Laboratorio “Non solo Hard Skills: le competenze trasversali come bussole per l'orientamento” – laboratorio di introduzione alle principali soft skills come validi strumenti da utilizzare per intraprendere scelte autonome e consapevoli in ambito universitario e lavorativo, realizzato dall'Ufficio Orientamento e servizi agli studenti;
- Life Coaching - seminari teorico-pratici a cura del Life Coach;
- Corsi di orientamento rivolti agli studenti delle scuole superiori con attività laboratoriali e didattiche disciplinari in collaborazione con i Dipartimenti dell'Ateneo.
- Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento (ex Alternanza scuola-lavoro) - ospitalità di studenti delle scuole superiori per percorsi formativi di orientamento al lavoro;
- Open week – settimana, programmata generalmente tra la fine di febbraio e i primi di marzo, in cui gli studenti degli ultimi anni delle scuole superiori possono partecipare alle lezioni dei corsi presso le sedi dei Dipartimenti e ai laboratori appositamente organizzati sui temi della scelta formativa e professionale;
- Open Day - giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma a luglio e ad agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti dei corsi e i senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;
- Giornate della matricola – giornate di orientamento sull'organizzazione della didattica dei singoli corsi, sui servizi agli studenti e più in generale sulla vita universitaria, si svolgono tra settembre e ottobre, in concomitanza con l'inizio delle attività didattiche;
- Festa della matricola – evento ludico realizzato per favorire momenti di condivisione e di comunità;
- Saloni e fiere di orientamento - partecipazione a saloni e fiere di orientamento per diffondere l'offerta formativa dell'Ateneo, modulata in base ai diversi target da raggiungere;
- Consulenza orientativa specializzata – consulenza individuale o di gruppo rivolta agli studenti delle scuole superiori, sia nelle sedi dell'Ateneo e sia nelle sedi delle scuole superiori sulla base di progetti di orientamento concordati con esse;
- Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) – servizio di accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o DSA attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale. I servizi proposti sono:
 - tutorato specializzato – attività di supporto allo studio e intermediazione con i docenti svolta da professionisti reclutati con apposito bando;
 - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione;
 - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
- attrezzature informatiche fornite in comodato d'uso su richiesta.

3) Orientamento internazionale

L'Ufficio Politiche per l'internazionalizzazione dell'Area Internazionalizzazione, in collaborazione con l'Ufficio Orientamento e servizi agli studenti e le strutture didattiche dell'Ateneo, coordina uno sportello informativo dedicato agli studenti internazionali e in mobilità chiamato “International Desk”. Il servizio viene offerto anche in lingua inglese da tutor specializzati. L'Ufficio promuove e coordina le attività di orientamento internazionale legate al “recruitment” e al “global engagement” attraverso i portali internazionali, la partecipazione a fiere ed eventi promozionali internazionali, le reti di Ateneo, le conferenze e i networking meetings per lo sviluppo delle relazioni internazionali tra istituzioni che operano nel campo dell'istruzione superiore. Attraverso i canali di comunicazione e la piattaforma dedicata alle pre-admission viene garantito un servizio integrato di orienteering, che rende più facile raccogliere informazioni aggiornate sull'offerta didattica internazionale dell'Ateneo.

ATTIVITA' A LIVELLO DI CORSO DI STUDIO L-20

A partire da febbraio 2023, il CdS partecipa al progetto di orientamento InAcademy@UNIMC, attuato nell'ambito del D.M. 934 del 3 agosto 2022 "Criteri di riparto delle risorse e modalità di attuazione dei progetti relativi al "Orientamento attivo nella transizione scuola-università" – nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Missione 4 "Istruzione e ricerca" – Componente 1 "Potenziamento dell'offerta dei servizi all'istruzione: dagli asili nido all'Università" – Investimento 1.6 "Orientamento attivo nella transizione scuola – università", finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEUe.

Le scuole coinvolte per la realizzazione dei corsi di orientamento nell'ambito del progetto sono le seguenti: IISS Urbani Porto Sant'Elpidio, IIS Bonifazi Civitanova, Liceo Scientifico Galilei Macerata, Liceo Classico (indirizzo socio-economico) Leopardi Recanati.

L'offerta didattica annovera una pluralità di corsi, variegati per materia e ambito, coprendo un'ampia gamma di discipline accademiche. In particolare, tra le articolazioni del piano formativo figurano i seguenti corsi con i relativi docenti:

Intelligenza Artificiale e Poteri pubblici

Fulvio Costantino, docente di diritto amministrativo

Simona Epasto, docente di geografia economico-politica

Emanuele Frontoni, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione

Benedetta Giovanola, docente di filosofia morale

Marina Paolanti, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione

Simona Tiribelli, docente di filosofia morale

Marketing, Intelligenza Artificiale e Privacy

Simone Calzolaio, docente di diritto costituzionale

Emanuele Frontoni, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione

Giacomo Gistri, docente di economia e gestione delle imprese

Marina Paolanti, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione

Tecnica, Potere e Media

Alessia Bertolazzi, docente di sociologia generale

Emanuele Frontoni, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione

Nataascia Mattucci, docente di filosofia politica

Simona Tiribelli, docente di filosofia morale

Sostenibilità ambientale e benessere umano

Michele Fabiani, docente di economia politica

Benedetta Giovanola, docente di filosofia morale

Vincenzo Mauro, docente di statistica

Rosita Pretaroli, docente di politica economica

Stefano Spalletti, docente di storia del pensiero economico

Anna Ilaria Trapè, docente di diritto agrario

Sentimenti Costituzionali

Ronald Car, docente di storia delle istituzioni politiche

Vincenzo Mauro, docente di statistica

Raffaella Niro, docente di istituzioni di diritto pubblico

Paola Persano, docente di storia delle dottrine politiche

Occhi sul mondo: la Storia come uno specchio

Benedetta Barbisan, docente di diritto pubblico comparato

Uoldelul Chelati Dirar, docente di storia e istituzioni dell'Africa

Paola Persano, docente di storia delle dottrine politiche

Stefano Spalletti, docente di storia del pensiero economico

Le nuove forme del lavoro nella società che cambia
Fabio Clementi, docente di economia politica
Raffaella Niro, docente di istituzioni di diritto pubblico
Paola Persano, docente di storia delle dottrine politiche

L'integrazione europea (dentro e oltre il PNRR)
Matilde Anquetil, docente di lingua francese
Luigi Cozzolino, docente di diritto costituzionale
Rosita Pretaroli, docente di politica economica
Enzo Valentini, docente di politica economica

Inoltre, il CdS ha aderito al progetto POT dal titolo 'Università, scuole e territorio in rete per il patrimonio culturale e immateriale: Partecipazione, inclusione e valorizzazione' (Classi di laurea coinvolte: L20, L5; Ateneo capofila Università RomaTre, prof. Luca Aversano; coordinatrice per UniMC prof.ssa Carla Canullo e per il CdS L-20 prof.ssa Marina Paolanti). Il progetto è in corso di valutazione ministeriale e, qualora finanziato, consentirà di avviare azioni mirate in particolare a rafforzare le attività di orientamento con le scuole del territorio, attraverso l'organizzazione di laboratori con gli studenti e gli insegnanti.

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



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli studenti e l'Ufficio Infopoint/Ciao dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in itinere in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

17/05/2023

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

- 1) Progetto ministeriale Piani di orientamento e tutorato (POT) in attivazione per l'anno 2023 – progetto di potenziamento delle azioni di orientamento in itinere, autonomo o in rete con altri atenei, svolto prevalentemente con gli studenti senior tutor impegnati nella gestione del tutorato tra pari, di gruppi di studio per affrontare le materie più complesse e di maggiore ostacolo al fine di evitare la dispersione e l'abbandono degli studi;
- 2) Tutorato in Itinere - specifiche azioni rivolte agli studenti iscritti, finalizzate a monitorare e ridurre l'abbandono degli studi. In particolare: a) servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor; b) seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sull'esperienza di stage/tirocinio; c) attività di accompagnamento alla scelta del corso di laurea magistrale;
- 3) Sistema integrato per il benessere degli studenti - Sportello di ascolto - presa in carico del bisogno e assegnazione ad uno dei servizi del sistema: 1) consulenza orientativa - individuale o di gruppo, per sostenere gli studenti nel momento di difficoltà e per un loro eventuale ri-orientamento; 2) life coach - per sostenere gli studenti durante il percorso universitario, per aiutarli ad affrontare esami, problemi di ansia, ecc. (casi di dispersione universitaria, fuori corso, blocchi); 3) consulenza psicologica – per sostenere gli studenti nei casi di difficoltà psicologica/esistenziale o fragilità emotiva; 4) servizi territoriali socio-sanitari – per gli studenti che necessitano di un intervento protratto nel tempo e strutturato (rischio suicidio, dipendenze, ecc.);
- 4) Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) - supporto agli studenti con disabilità/DSA attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'integrazione nel contesto accademico, didattico e sociale. I servizi offerti sono:
 - tutorato specializzato – svolto da professionisti che supportano gli studenti con disabilità/DSA nello studio e fanno da tramite con i docenti;
 - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione (in presenza o on line);
 - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
 - attrezzature informatiche e software fornite in comodato d'uso agli studenti con disabilità/DSA che ne fanno richiesta;

- 5) Consulenza orientativa specializzata per studenti con disabilità/DSA - dopo la prima fase di presa in carico degli studenti, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi e per assicurare la corretta prosecuzione degli studi;
- 6) Iniziative per lo sviluppo di soft skills, sotto forma di laboratori di competenze, a cui sono riconosciuti crediti formativi. Le competenze acquisite dagli studenti sono valorizzate attraverso open badge nella piattaforma BESTR.

Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) - cla.unimc.it - offre inoltre i seguenti servizi:

- esercitazioni di lingua araba, cinese, francese, inglese, spagnola, russa e tedesca, tenute da esperti linguistici madrelingua
- moduli finalizzati all'apprendimento di abilità linguistiche particolari quali: arabo medico, francese accademico e digital humanities, francese medico, francese legale, Understanding political discourse, English for digital communication, inglese economico-finanziario, English for marketing and advertising, Creative writing, inglese: linguaggio specialistico per le professioni legali, linguaggio politico russo, traduzione letteraria RU>IT, spagnolo museale, spagnolo per il Web, Introduzione alla lettura del linguaggio scientifico tedesco, I linguaggi della saggistica tedesca
- corsi di preparazione al conseguimento delle certificazioni linguistiche internazionali di lingua francese, inglese, italiana e spagnola tenuti da formatori madrelingua, con un costo agevolato a carico degli studenti.

INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDI

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 <http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

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



QUADRO B5

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

17/05/2023

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEO

L'Ufficio Offerta formativa, Qualità e Accreditamento dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti assiste studenti ed enti ospitanti nelle procedure di attivazione di stage e tirocini curriculari sia in Italia che all'estero, compresi i tirocini svolti in convenzione con la Fondazione CRUI presso strutture ministeriali e ambasciate.

L'Ufficio Valorizzazione della Ricerca, ILO e Placement dell'Area Ricerca assiste i neolaureati e i dottori di ricerca (di età inferiore a 30 anni) nell'attivazione di stage e tirocini extracurriculari sia in Italia che all'estero. I laureati possono consultare le offerte di stage e tirocinio pubblicate nella bacheca online "offerte di lavoro" o individuare autonomamente un'azienda, anche all'estero. L'Ufficio garantisce il supporto informativo e amministrativo per la stipula delle convenzioni in riferimento anche alla normativa dei paesi esteri ospitanti.

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione è il punto di riferimento degli studenti e dei neolaureati che intendono fare un'esperienza di formazione, stage/tirocinio in Europa o in Paesi extraeuropei. L'Ufficio coordina: il sottoprogramma europeo Erasmus+, mobilità per Traineeship (tirocini per studenti iscritti e neolaureati), il programma per lo svolgimento di tirocini in Paesi extraeuropei. L'Ufficio fornisce assistenza informativa e amministrativa prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno. Erega inoltre le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi relativi allo stage/tirocinio effettuato dagli studenti in corso di iscrizione.

ATTIVITÀ A LIVELLO DI 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](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 Valeria Quaglia per l'area della comunicazione istituzionale (amministrazione pubblica e risorse umane);
- prof. Simone Calzolaio per l'area giuridica (privacy ed e-commerce);
- prof. Emmanuele Frontoni per l'area della comunicazione multimediale ed informatica

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

L'analisi dei questionari finali compilati dagli studenti del corso di studio in Scienze della comunicazione (L-20) al termine dello stage, è stata realizzata dal delegato al placement. Nel report prodotto, vengono esaminati i questionari finali dello stage compilati nell'anno solare 2023, estratti dal portale MIA Unimc al 30/04/2023. Il collettivo indagato è di n. 15 studenti. Complessivamente la lettura dei dati restituisce un quadro positivo. La maggioranza degli studenti (circa 74%) ritiene che l'esperienza dello stage sia stata molto utile per la loro formazione professionale. Soltanto uno studente, invece, ha valutato lo stage fatto poco appagante.

Le funzioni ed i compiti espletati nel corso dello stage, inoltre, sono stati considerati congruenti con il progetto formativo nella quasi totalità dei casi ("molto" 73,33% dei casi, "abbastanza" il restante 26,67%).

In linea con il trend positivo registrato negli anni precedenti, pure nell'anno accademico in corso, gli studenti si dicono molto soddisfatti del supporto ricevuto dal tutor aziendale. Mentre risulta in calo la valutazione espressa circa l'interazione con il tutor accademico.

Gli stagisti, inoltre, esprimono un giudizio sostanzialmente positivo su due elementi strutturali dello stage:

- la procedura di stage predisposta dall'Università ("molto soddisfatti", 53,33%; "abbastanza soddisfatti", 40%; "per nulla soddisfatti", 6,67%);
- ritmi e tempi di lavoro ("molto soddisfatti", 53,33%; "abbastanza soddisfatti", 46,67%).

Per quanto riguarda le competenze maturate durante l'esperienza di stage, le più apprezzate si confermano quelle trasversali, ed in particolare, in ordine di gradimento:

- raccogliere, selezionare ed elaborare informazioni
- comunicare con gli altri e trasmettere informazioni
- gestire il tempo e organizzare autonomamente il lavoro;
- adattabilità ai cambiamenti e flessibilità di fronte a diverse situazioni.

Tra le competenze specialistiche, il giudizio più positivo va a quelle informatiche; meno apprezzate risultano quelle linguistiche, il cui utilizzo, peraltro, non risulta nemmeno previsto in più della metà degli stage analizzati.

Descrizione link: Stage e tirocini

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.

L'Ufficio Politiche per l'internazionalizzazione dell'Area Internazionalizzazione cura i progetti di collaborazione internazionale, gli accordi di cooperazione bilaterali e multilaterali e i relativi allegati per la mobilità outbound, con particolare riferimento ai rapporti internazionali con istituzioni accademiche e enti di alta formazione extraeuropei, oltre a fornire supporto e consulenza ai Dipartimenti per l'attivazione di progetti relativi a titoli doppi/multipli con università estere.

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione cura le relazioni con gli atenei partner del Programma Erasmus+ ed i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata) e quelli 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).

L'Ufficio gestisce il programma Erasmus+ e i programmi di scambio basati su accordi bilaterali con atenei partner. Ha in attivo più di 400 accordi Erasmus con Atenei Europei. Il Delegato Erasmus di ciascun Dipartimento fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

Il corso di studio L-20 fornisce informazioni e assistenza tramite la Delegata Erasmus (la prof.ssa Laura Salvadego <https://docenti.unimc.it/laura.salvadego>), che è il punto di riferimento per la didattica nell'ambito della mobilità internazionale degli studenti in ingresso e in uscita.

In particolare, la docente Delegata supporta gli studenti nello stabilire il piano degli studi, nel concordare, d'intesa con i docenti della disciplina, le equivalenze didattiche per gli studenti outgoing e, in generale, nel supporto agli studenti incoming e outgoing. A questo fine la Delegata stabilisce un ricevimento settimanale dedicato a questa attività. Gli studenti in mobilità hanno inoltre la possibilità di ricevere assistenza e documentazione in ogni momento via email. Al momento della pubblicazione dei bandi di candidatura, il CRI organizza un ERASMUS DAY.

Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio si relaziona con Università dislocate in Australia, Canada, Cina, Russia e Stati Uniti. In tutti gli accordi per la mobilità internazionale, l'Ufficio coordina la selezione degli studenti, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi, e fornisce assistenza prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno; eroga le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi e degli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale. Il Referente degli accordi di cooperazione extra-Erasmus fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extraeuropei

Link inserito: <http://iro.unimc.it/it/accordi-intern/universita-partner>

Nessun Ateneo



ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEIO

Le attività di accompagnamento dei laureati al mondo del lavoro vengono gestite dall'Ufficio Valorizzazione della Ricerca, ILO e Placement dell'Area Ricerca. In particolare sono offerti i seguenti servizi:

- Servizio informazioni su tirocini extracurriculari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;
- Pubblicazione di offerte di tirocinio/lavoro – l'Ufficio pubblica nella bacheca on line "Offerte di lavoro" tutte le offerte di tirocinio/lavoro provenienti dalle aziende. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'Ufficio garantisce, in tal caso, supporto per l'attivazione del tirocinio extracurriculare;
- Career day - appuntamento annuale in cui laureandi e laureati possono sostenere colloqui individuali di selezione con i manager o i responsabili delle Risorse Umane delle aziende del territorio che hanno posizioni aperte, inviare il proprio curriculum e partecipare alle presentazioni aziendali. Durante l'evento sono organizzati 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 dell'Ateneo;
 - ai laureandi e laureati focalizzati su tematiche quali: come scrivere un curriculum, come affrontare un colloquio di selezione, come sviluppare competenze trasversali, ecc.;
- Pubblicazione del curriculum - attraverso la piattaforma Almalaurea i laureandi e i laureati possono pubblicare sul sito web il proprio curriculum, aggiornarlo costantemente per essere visibili a potenziali datori di lavoro, oltre a candidarsi per le offerte di lavoro sia tramite il canale Almalaurea sia tramite il sito di Ateneo;
- Tirocini extracurriculari – l'Ufficio si occupa delle procedure di attivazione dei tirocini extracurriculari che i laureati, i dottori di ricerca (di età inferiore a 30 anni) o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero;
- Gli appuntamenti del placement - percorso di formazione e orientamento al lavoro dal titolo "La formazione umanistica in ambito aziendale", realizzato in collaborazione con l'Istituto Adriano Olivetti (ISTAO) di Ancona, consistente in un ciclo di incontri con esperti aziendali (manager e consulenti) su tematiche come l'orientamento alle professioni, il valore del team working, ecc., per preparare laureandi e laureati ad affrontare il mondo del lavoro in maniera consapevole ed efficace, mettere a fuoco i propri punti di forza, obiettivi, aspettative e confrontarsi con le esigenze di imprese e mondo del lavoro; le tematiche affrontate sono le seguenti:
 - come preparare al meglio un curriculum;
 - 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.
- Laboratorio Umanistico per la Creatività - l'Ufficio attiva ogni anno un percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e dei laureati con particolare riguardo allo sviluppo di competenze trasversali e alla sperimentazione di nuove procedure in grado di sostenere l'autoimprenditorialità e il collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa.

ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio, si è mantenuta la buona prassi, già avviata da alcuni docenti del CdS, di organizzare seminari su temi attinenti al mondo del lavoro. A questi incontri hanno preso parte sia docenti dei nostri corsi di laurea, sia docenti di altri Atenei, come pure rappresentanti del mondo del lavoro. L'obiettivo di questi incontri è quello di consentire agli studenti, grazie all'interazione con i docenti e gli stessi stakeholder, di sperimentare direttamente lo stretto legame sussistente fra attività didattica impartita e dinamiche lavorative. Tra gli incontri organizzati si menzionano:

- 26/04/23. Visita aziendale presso Tod's, c.da Brancadoro. Promotrice dell'iniziativa: Prof.ssa Marina Paolanti
- 3/05/23 Seminario: "Creatività, 3D e analisi dei dati nella moda" - Giorgio Angelini, esperto di modellazione lowpoly e computer graphic (Future Fashion). Moderatrice: Prof.ssa Marina Paolanti
- 10/05/23 Seminario: "Realtà Estesa: Sfide, Opportunità" Prof. Roberto Pierdicca, Università Politecnica delle Marche e co-founder Start up DeepReality. Moderatrice: Prof.ssa Marina Paolanti

Descrizione link: servizio placement

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



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

08/06/2023

Nel corso dell'anno accademico 2022/23, sono stati organizzati numerosi seminari formativi, eventi culturali ed incontri con professionisti, con l'obiettivo di creare occasioni di confronto e approfondimento su temi interdisciplinari e di rilevanza nel settore della comunicazione. La maggior parte di tali iniziative prevede l'attribuzione di crediti formativi per gli studenti, a fronte del superamento di una prova di verifica.

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 rivolti al corso di laurea LM-19, si possono indicare i seguenti:

– 26 ottobre 2022: seminario su “Design Thinking e Nudge Theory” nell’ambito del corso di Comunicazione Pubblica e Open Government (LM-19). Partecipanti: Valentina Polci (Unimc), Samara Ferreira Crispim (International School of Advanced Studies University of Camerino – EURAC Research). Il seminario “Design Thinking e Nudge Theory: verso una nuova strategia per la valorizzazione territoriale e lo sviluppo locale” approfondisce una nuova opportunità per la comunicazione pubblica e istituzionale per “spingere” i cittadini verso comportamenti e pratiche di vita più sostenibili, più consapevoli, più sicuri.

– Ottobre-maggio 2023: Seminari promossi dalla Scuola di Studi Superiori “Giacomo Leopardi” per l’anno accademico 2022/23 nell’ambito del tema annuale “Relazione e Riconoscimento”. Di seguito i seminari:

– 14 e 21 ottobre 2022: seminario su “Relazione e Riconoscimento. Il contributo delle neuroscienze”; partecipanti: Roberto Ciccocioppo, Università di Camerino).

– 16-17-18 novembre 2022: seminario su “Conflitto sociale e spazi di riconoscimento giuridico: le cittadinanze in gioco”; partecipanti: Costanza Margiotta Broglio Massucci (Università di Padova).

– 23 e 24 novembre 2022: “Beni relazionali e bene comune: voci del verbo partecipare”. Partecipanti: Luigino Alici (Università di Macerata).

– 6 e 7 dicembre 2022: seminario su “La relazione tra culture e la costruzione del patrimonio europeo. La storia moderna”; partecipanti: Girolamo Imbruglia (Università di Napoli “L’Orientale”).

– 7-8-9 marzo 2023: seminario su “L’economia tra riconoscimento del valore e sfruttamento delle risorse”; partecipanti: Alessandra Pelloni (Università di Roma Tor Vergata).

– Settimana del 20 febbraio 2023: seminario su “Finitudine dell’io e legge morale di reciprocità”; partecipanti: Luca Maria Scarantino (Presidente FISP; General Editor, Diogenes).

– 3-4-5 aprile 2023: seminario su “Transformation of relationship in the age of e-health”. Partecipanti, Alain Loute (Université Catholique de Louvain, Belgio).

– 27 marzo 2023, seminario “We, the Nature – Exploring the Legal Becoming of Rights of Nature”; partecipanti: Prof.ssa Marian Ahumada (Universidad Autonoma de Madrid).

– 21 aprile 2023: seminario su “In relazione con l’AI: questioni aperte. Macchine che riconoscono? Macchine che si relazionano? A che punto è l’intelligenza artificiale?”; partecipanti: Prof.ssa Rita Cucchiara (Università di Modena e Reggio Emilia).

– 5 maggio 2023: “In relazione con l’AI: questioni aperte. Il soggetto assente. Per una nuova modulazione della categoria del diritto soggettivo nei sistemi cognitivi artificiali e negli universi virtuali”. Partecipanti: Prof. Francesco Romeo (Università Luiss di Roma).

– Ottobre-dicembre (26 ottobre, 21 novembre, 20 dicembre) 2022: ciclo di seminari “Questioni di genere: alcune domande

del presente". Partecipanti: Alessia Bertolazzi (Unimc); Valeria Quaglia (Unimc); Maddalena Cannito (Università di Trento); Emmanuele Pavolini (Unimc); Natascia Mattucci (Unimc); Francesca Di Muzio (Iusve Verona); Ines Corti (Unimc). I tre seminari vertono, rispettivamente, sui temi seguenti: "Ripensare le politiche in ottica di genere. paternità e stereotipi nelle politiche sociali e aziendali italiane"; "Cosmologia della violenza familiare"; "Pandemia e disuguaglianze di genere".

– 10 novembre 2022: seminario su "La comunicazione in Protezione civile" nell'ambito del corso di Comunicazione Pubblica e Open Government (LM-19). Partecipanti: Valentina Polci (Unimc), Raffaella Caraceni (Gruppo Comunale Volontari Protezione Civile di Recanati). Il seminario offre un'opportunità di confronto con una professionista del settore della comunicazione pubblica per la prevenzione/sensibilizzazione (care communication) e la gestione delle emergenze (crisis communication).

– 24 novembre 2022: seminario su "Comunicazione Sociale e Partecipazione con ACTION AID ITALIA" nell'ambito del corso di Comunicazione Pubblica e Open Government (LM-19). Partecipanti: Dott.ssa Valentina Polci (Unimc), Lucia Romagnoli (ACTION AID ITALIA), Marco Polvani (ACTION AID ITALIA). Il seminario approfondisce i progetti di Action Aid (modelli e applicazioni pratiche), amministrazione condivisa e welfare di comunità, esempi di Patti di collaborazione (vedi Ussita), la campagna #sicuriperdavvero, le azioni dell'Open Government Partnership.

– 21 marzo 2023: seminario su "Il Consiglio d'Europa – un'istituzione a garanzia dei diritti, della cittadinanza e dell'identità europea". Partecipanti: Angelo Ventrone (Direttore SPOCRI); Benedetta Barbisan (Delegata UNIMC all'Internazionalizzazione); Raffaella Niro (Unimc); Luisella Pavan-Woolfe (Rappresentanza Italiana del Consiglio d'Europa). Il seminario mira ad approfondire il ruolo del Consiglio d'Europa nell'architettura multilaterale europea e l'operato del Consiglio d'Europa in materia di patrimonio culturale.

– 7 marzo 2023: Attivazione Laboratorio permanente "Mass Media e Politica". Partecipanti: Luca Lanzalaco (Unimc), Selena Grimaldi (Unimc), Peter Gomez (Ospite – Direttore de Il Fatto Quotidiano).

– 4 marzo 2023-10 maggio 2023: Ciclo di seminari "Informazione, comunicazione e società cosa cambia nell'era digitale". L'iniziativa vede promotori il Dipartimento SPOCRI e l'Ordine dei Giornalisti delle Marche e, quindi, professionisti/e e studenti/studentesse saranno insieme per approfondire temi di stretta attualità quali la informazione e la comunicazione digitale. Di seguito i seminari:

– 14/03/2023: Seminario "Social media, partecipazione politica e democrazia diretta". Partecipanti: Angelo Ventrone (direttore SPOCRI); Franco Elisei (presidente ODG Marche); Giovanni Di Cosimo (Università di Macerata);

– 28/03/2023: Seminario "La democrazia di fronte alle nuove tecnologie digitali". Partecipanti: Luigi Cozzolino (Università di Macerata); Vincenzo Varagona (presidente naz.le UCSI); Paola Marsocci (La Sapienza Roma);

– 04/04/2023: Seminario "Comunicazione in emergenza". Partecipanti: Ramona Bongelli (Università di Macerata); Asmae Dachan (ODG Marche); Teresa Valiani (ODG Marche); Luca Cari (Corpo naz.le Vigili del Fuoco); Fabio Carturan (Croce Rossa Italiana);

– 18/04/2023: Seminario "Dati personali tra interazione digitale e diritto all'informazione". Partecipanti: Simone Calzolaio (Università di Macerata); Franco Elisei (Presidente ODG Marche); Licia Califano (Università di Urbino);

– 04/05/2023: Seminario "Rivoluzione digitale e mondo dell'informazione". Alessia Bertolazzi (Università di Macerata); Valeria Quaglia (Università di Macerata); Daniele Iacopini (agenzia Redattore Sociale); Michele Partipilo (giornalista);

– 10/05/2023: Seminario "informazione e territorio nell'era digitale". Partecipanti: Emanuele Frontoni (Università di Macerata); Alessandra Pierini (vicepresidente ODG Marche); Lucio Cristino (TGR Marche); Lorenzo Luzi (TGR Marche).

– Marzo-maggio 2023: corso di formazione GENERE, POLITICA E ISTITUZIONI. Il corso di formazione intende fornire un insieme di conoscenze e competenze, di ordine teorico e pratico, che riguardino la sfera politico-istituzionale e sociale, anche nei profili innovativi come quelli delle nuove tecnologie digitali e dell'impatto delle politiche sui soggetti riducendo disparità e contrastando le discriminazioni. Docenti responsabili: Natascia Mattucci (Unimc), Ines Corti (Unimc). Di seguito il dettaglio dei seminari:

-17/03/2023: "Saluti istituzionali" John Mc Court (Rettore, Università di Macerata). "Tra socialismo e liberalismo. Genesi del femminismo italiano" Debora Pantana (Consigliera Di Parità, Provincia Di Macerata); Natascia Mattucci (Unimc). "Diritti delle donne: soggettività, uguaglianza, differenza" Ines Corti (Unimc).

-18/03/2023: "Femminismi critici globali: manifesti per il 99%" Paola Persano (Università Di Macerata); "Rivoluzioni femministe" Francesca Romana Recchia Luciani (Università Di Bari);

-24/03/2023: "La città delle donne" Marcello La Matina (Università Di Macerata). "Paternità tra nuovi modelli di welfare,

lavoro e maschilità", Maddalena Cannito, Scuola Superiore Normale Pisa.

- 25/03/2023: "Politiche per le famiglie", Emmanuele Pavolini, (Università Di Macerata). "Politiche economiche di contrasto al gender pay gap", Rosita Pretaroli, Francesca Severini (Università Di Macerata).

-31/03/2023: "Interruzione di gravidanza: profili politico-giuridici". Benedetta Barbisan, Paloma Román Marugán, Ines Corti (Università Di Macerata).

-1/04/2023: "La tutela dei diritti sessuali e riproduttivi nel corso dei conflitti", Rachele Marconi (Università Di Macerata).

"Percorsi di emancipazione femminile nel mondo arabo" Mariangela Masullo (Università Di Macerata).

-14/04/2023: "La rete non ci salverà. Perché la rivoluzione digitale è sessista" Lilia Giugni (Università Di Bristol). "Il genere nel lavoro sportivo", Tiziana Vettor (Università Di Milano Bicocca).

-15/04/2023: "Le donne e i 'cavalieri'. Persona e genere tra grammatica e semantica nella lingua della comunicazione pubblica e istituzionale", Francesca Chiusaroli (Università Di Macerata). "Rappresentazione mediale e costruzione sociale della violenza di genere" Julia Ponzio (Università Di Bari).

-21/04/2023: "La prospettiva di genere in salute. Un approccio multidisciplinare per nuovi strumenti di parità", Rita Biancheri (Università Di Pisa). "In corpore sano: biomedicalizzazione dei corpi in una prospettiva di genere", Alessia Bertolazzi (Università Di Macerata).

-22/04/2023: "Filosofie ecofemministe: storie contro natura per interrogare il presente", Arianna Porrone, (Università Di Macerata). "Agenda per lo sviluppo sostenibile e PNRR: verso la parità salariale di genere?" Elisabetta Croci Angelini, Enzo Valentini (Università Di Macerata).

-28/04/2023: "Cura, vulnerabilità e benessere organizzativo. Teoria e prassi per una politica dell'interdipendenza", Nicolò Maria Ingarrà (Università Di Macerata). "Le determinanti dell'identità sessuale: sesso, genere, orientamento sessuale", Vincenzo Bochicchio (Università Della Calabria).

-29/04/2023: "Gravidanza per altri e dignità umana: verso una ragionevole regolamentazione?" Ines Corti (Università Di Macerata). "Eguaglianza e salute: il corpo delle donne e la medicina di genere" Francesca Rescigno (Università Di Bologna).

-05/05/2023: "Le violenze contro le donne: tra rappresentazioni e politiche di contrasto", Fatima Farina (Università Di Urbino). "Violenza contro le donne e violenza domestica nella prospettiva europea del gender mainstreaming, Isabella Crespi (Università Di Macerata).

-06/05/2023: "Cosmologia della violenza familiare", Francesca Di Muzio (Avvocata Foro Roma). "Strategie di contrasto alla violenza di genere: tra prevenzione e protezione", Valeria Pasqualini (Ambito Territoriale Sociale 15), Patrizia Peroni (Vice Questore Macerata).

– A cadenza periodica nei mesi di febbraio-marzo, aprile-maggio, giugno-luglio 2023: cicli del seminario Bibliorienta per studenti e laureandi, finalizzato a fornire agli studenti competenze nella ricerca bibliografica.

– Marzo-aprile 2023: corso in lingua inglese "Creative Writing" (<http://cla.unimc.it/it/corsi/corsi-specialistici-1/inglese>). Il corso verte sui fondamenti della scrittura creativa (temi affrontati: sviluppo del personaggio, sviluppo della trama, dialogo, esposizione, punto di vista, tema e motivo, ritmo, voce e suspense).

– 4 maggio 2023: seminario su "Tecniche qualitative e quantitative per l'analisi del linguaggio politico". Partecipanti: Luca Lanzalaco (Unimc), Emmanuele Pavolini (Unimc), Selena Grimaldi (Unimc), Flavio Chiapponi (Università di Pavia), Luigi Curini (Università di Milano), Natascia Mattucci (Unimc).

– 5 maggio 2023: Seminario su "Le competenze trasversali nell'educazione interculturale. Dall'accoglienza all'integrazione" nell'ambito del Laboratorio sulle competenze trasversali. Partecipanti: Letizia Zanier (Unimc), Ramona Bongelli (Unimc), Giulia Messere (Unimc).

– 27 marzo-2 aprile 2023: ciclo di incontri organizzati in occasione della "Settimana dell'Inclusione 2023". Appuntamento annuale di Ateneo in cui si propone una serie di attività, incontri, laboratori, approfondimenti e trasmissioni radiofoniche dedicate ai temi dell'inclusione.

– Marzo-maggio 2023: Ciclo di seminari su "Che cosa significa fare ricerca: una prospettiva multidisciplinare". Partecipanti: Emanuele Pavolini (Unimc); Luca Lanzalaco (Unimc); Angelo Ventrone (Unimc); Margherita Scoppola (Unimc); Benedetta Barbisan (Unimc); Natascia Mattucci (Unimc). Il ciclo di seminari mira ad avvicinare gli studenti al mondo della ricerca teorica ed empirica mettendo in evidenza i differenti percorsi che si possono seguire e gli errori in cui si può incorrere, nonché le diversità dei percorsi di ricerca nelle varie discipline al fine di agevolare la comprensione, sia negli studenti che nei colleghi, della differenza tra multidisciplinarietà e interdisciplinarietà.

– Febbraio-aprile 2023: Seminario su “Razzismo e antirazzismo in Italia. Percorsi tra passato, memoria e presente”. Ciclo di incontri offerti nel II semestre dell’a.a. 22-23. Partecipanti: Valeria Ribeiro Corossacz (docente di Storia e Teoria dell’Antropologia e di Antropologia di genere, Università degli Studi Roma Tre), Rahma Nur (poeta e docente nella scuola Primaria statale impegnata nell’educazione antirazzista e antiabilista, Pomezia, RM), Natascia Mattucci (Presidente CUG e Prorettrice al Welfare e all’Uguaglianza di genere Unimc), Ubah Cristina Ali Farah (scrittrice, Bruxelles), Gaia Delpino e Rosa Anna Di Lella (antropologhe e curatrici del Museo delle Civiltà, Roma), Kwanza Musi Dos Santos (consulente e formatrice specializzata in Diversity management), Gianluca Gabrielli (docente nella scuola Primaria statale, Bologna, dottore di ricerca Unimc e studioso del razzismo coloniale italiano). Il seminario intende offrire agli studenti uno spazio di formazione, analisi e discussione di alcuni dei principali aspetti del razzismo in Italia tra passato e presente.

– Febbraio-maggio 2023: progetto d’Ateneo “Percorsi di cittadinanza e legalità: storie di diritti raccontati (d)agli studenti”. Partecipanti: Andrea Caligiuri (Coordinatore); Angela Cossiri (Vicecoordinatrice); Giulio Salerno (Direttore del Centro Studi Costituzionali di UNIMC); Claudia Pennacchietti (Assegnista di ricerca & Research manager); Maura Marchegiani (Rappresentante dell’Università per Stranieri di Perugia). Docenti coordinatori dei laboratori (Raffaella Coppier; Elisabetta Michetti; Giuseppe Mecca; Lina Caraceni; Barbara Malaisi; Maura Marchegiani; Paolo Morozzo della Rocca). Il percorso formativo si compone di 5 laboratori sui seguenti temi: Indagine sulla cultura della legalità nell’ambito dell’Ateneo di Macerata; Impariamo a conoscere il fenomeno delle mafie: dalla storia alle storie; Racconti dei protagonisti: percorsi di illegalità e di recupero; Dalla illegalità alla legalità: i valori costituzionali nella società democratica; Storie di altri mondi: immigrazione, multiculturalismo e integrazione.

Tra le altre iniziative culturali, finalizzate ad acquisire competenze trasversali e applicative, come ad esempio sperimentare nuovi linguaggi e format, organizzare eventi o collaborare con enti no-profit, si segnalano:

– Laboratorio di Ateneo Musicultura: attività svolte nell’ambito dell’edizione 2023 del Musicultura Festival. Partecipando al Laboratorio, gli studenti possono scegliere se far parte della giuria universitaria o della redazione giornalistica universitaria;

– Ottobre-novembre 2022: Laboratorio “ImprovvelsAction” attivato dall’Ateneo, in occasione dell’edizione 2022 del Macerata Jazz. Gli studenti seguiranno in maniera attiva, sotto il diretto coordinamento dell’Associazione culturale Musicando organizzatrice dell’evento, le fasi di organizzazione e realizzazione della manifestazione.

– 5-9 ottobre 2022: OVERTIME – Festival Nazionale del Racconto, dell’Etica e del Giornalismo Sportivo. Il festival è promosso dall’Associazione Culturale Pindaro e prevede 120 ore suddivise tra attività di formazione e attività laboratoriale. Tra gli eventi, si segnala l’incontro in data 6/11/2022 “Parlare e scrivere di sport sul digitale. Prospettive e tendenze della comunicazione sportiva post Covid”. Evento in collaborazione con Scuola Regionale dello Sport Coni Marche.

Partecipanti: Fabio Luna (pres. CONI Marche), Isabella Ferretti (66thand2nd), Emanuela Audisio (La Repubblica), Angelo Carotenuto (LoSlalom), Umberto Zapelloni (Il Foglio Sportivo), Franco Bragagna (Rai Sport), Guido Mugavero (Minerva Editore), Alberto Facchinetti (Edizioni InContropiede), Giovanni Francesio (Mondadori), Stefano Vegliani. Giovanni Di Giorgi (direttore editoriale Lab DFG). Prof. Giacomo Gistri (Unimc).

– Aprile-giugno 2023: “Laboratorio Cittadinanza Digitale – VILLAGGIO DIGITALE: buone pratiche di cittadinanza digitale”. Organizzatore dell’evento: Associazione RED-Rete Educazione Digitale. Gli studenti partecipanti seguono in maniera attiva, sotto il diretto coordinamento dell’Associazione RED, le fasi di organizzazione e realizzazione della manifestazione.

– Marzo-luglio 2023: Laboratorio teatrale UNIMC, in collaborazione con Associazione Arena Sferisterio e Macerata Opera Festival, offre 90 ore di didattica laboratoriale e 40 di didattica frontale.

– Laboratorio umanistico creatività e innovazione (LUCI). Il laboratorio offre un percorso formativo volto a stimolare la creatività e l’attitudine all’innovazione di studenti, laureati, dottorandi e dottori di ricerca con particolare riguardo all’imprenditorialità. Si favorisce lo sviluppo di idee che fanno leva su “L’Umanesimo che Innova”. A tal fine vengono potenziate le competenze trasversali degli studenti e si incentiva l’applicazione pratica delle conoscenze accademiche.

– Laboratorio Unimc Media Lab: UniMc MediaLab è un laboratorio permanente dove trovano casa importanti attività di comunicazione dell’Ateneo: Radio RUM; il Laboratorio di comunicazione d’Ateneo; il Laboratorio UniVision; UniMC webTV. MediaLab è espressione della Community UniMC perchè al suo interno operano docenti, studenti e personale tecnico-amministrativo, con ruoli e compiti diversi, nel comune obiettivo di rafforzare il senso di identità e appartenenza alla comunità accademica, nel suo significato più ampio.

– Maggio 2023: Laboratorio LUD – Umanesimo Digitale 22/23, con il patrocinio della Rete “DiCultHer” (Digital Cultural Heritage) e dell’AIUCD (Associazione Informatica umanistica e Cultura digitale). Il Laboratorio intende introdurre i partecipanti ai temi e alle competenze tecniche e professionali legati all’uso, alla creazione e allo sviluppo di strumenti informatici destinati a operatori dei beni culturali, insegnanti, ricercatori, professionisti e personale di aziende che svolgano

attività che richiedono competenze all'incrocio tra informatica e scienze umane e sociali.

– 11-13 marzo 2023: Festival Tipicità, Festival dell'eno-gastronomia che promuove le eccellenze del Made in Marche, all'interno del quale sono stati promossi eventi in collaborazione con l'Università di Macerata.

– Novembre 2022-maggio 2023: Formazione umanistica in ambito aziendale. L'Università di Macerata e l'ISTAO offrono un percorso di formazione e orientamento al lavoro dal titolo "La formazione umanistica in ambito aziendale", una serie di incontri aperti a studenti degli ultimi anni, laureandi e neolaureati dell'Ateneo di Macerata che potranno riflettere insieme a esperti, manager e professionisti sulle strategie per avvicinarsi con successo al mondo del lavoro.



QUADRO B6

Opinioni studenti

01/09/2023

Le opinioni degli studenti sulla qualità della didattica sono oggetto di una costante analisi da parte della Presidente e dei docenti del Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione. 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 agli studenti un'esperienza di studio sempre più soddisfacente.

Per mezzo della compilazione di un questionario, gli studenti hanno la possibilità di valutare la qualità delle attività didattiche e di esprimere la loro soddisfazione o insoddisfazione per ogni singolo insegnamento. Prima di sostenere l'esame, gli studenti devono compilare un questionario volto a misurare alcuni indicatori legati all'insegnamento frequentato. Tali indicatori riguardano: la valutazione sull'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute (1 item: Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?); la partecipazione e il coinvolgimento nelle lezioni erogate (2 items: Con riferimento all'attività didattica selezionata, quando e in che percentuale ha frequentato le lezioni?; E' interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento?); la soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento (6 items: Il carico di studio dell'insegnamento è proporzionato ai crediti assegnati?; Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?; Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?; Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?; Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc...) sono utili all'apprendimento della materia?; L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?); la soddisfazione generale verso il docente titolare dell'insegnamento (3 items: Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina?; Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?; Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?). La valutazione per ogni singolo item è calcolata tramite un range da 1 a 10 punti. Infine, il questionario si conclude con una domanda con risposta a scelta multipla, in cui gli studenti devono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti, volti a migliorare la qualità dell'insegnamento. Per l'anno accademico 2022-2023, i dati esaminati sono provvisori (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023). Tali dati sono messi a confronto con i dati definitivi, raccolti nell'anno accademico 2021-2022 (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023).

Gli indicatori presenti nel questionario compilato dagli studenti sono in primo luogo analizzati in forma aggregata, ovvero tenendo conto delle valutazioni ottenute da tutti gli insegnamenti erogati dal Corso di laurea, effettuando dei confronti sia con i risultati ottenuti nello scorso anno accademico, sia con le valutazioni medie rilevate a livello di Dipartimento e di Ateneo.

Nell'anno accademico 2022-2023, alla data del 28/08/2023, sono stati raccolti 2.522 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 1.565 compilati da studenti frequentanti, vale a dire di coloro che hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni, 660 da studenti non frequentanti (non hanno frequentato, o meno del 50%), 297 da studenti iscritti ai servizi aggiuntivi di didattica e-learning.

Rispetto al primo indicatore, inerente all'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute dagli studenti, nell'a.a. 2022-23, gli studenti frequentanti esprimono una valutazione media pari a 7,46, allineato ai valori registrati per gli studenti non frequentanti e coloro iscritti ai servizi e-learning (rispettivamente 7,35 e 7,64). Riguardo agli studenti frequentanti,

l'indicatore è sostanzialmente allineato alla media di Dipartimento (7,58) e di Ateneo (7,72), così come ai valori medi riscontrati nel precedente anno accademico. Precisamente, nell'a.a. 2021-22, per gli studenti frequentanti il valore medio è stato pari a 7,44, per i non frequentanti 7,01, per gli studenti e-learning 7,28.

La partecipazione e il coinvolgimento degli studenti verso gli insegnamenti del CdS sono misurati sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni, sia attraverso il livello di interesse che gli studenti percepiscono verso gli argomenti trattati nei singoli insegnamenti. Riguardo al tasso di frequenza, tra i due anni accademici esaminati vi è una lieve diminuzione della quota di risposte ottenute dagli studenti frequentanti (68,6% nell'a.a. 2021-22; 62% nell'a.a. 2022-23), e un aumento per gli studenti non frequentanti (21,4% nell'a.a. 2021-22; 26,1% nell'anno successivo) e per gli studenti e-learning (9,8% nel 2021-22; 11,7% nel 2022-23). Per quanto concerne il livello di interesse per gli argomenti affrontati nei vari insegnamenti, gli studenti hanno valutato positivamente questo indicatore. Nel dettaglio, nell'a.a. 2022-23 gli studenti frequentanti hanno assegnato in media un voto pari a 8 (8,03), allineato al valore dell'anno precedente (8,08 nell'a.a. 2021/22) e di poco inferiore a quello di Dipartimento (8,19) e di Ateneo (8,31). Per gli studenti non frequentanti, la media è leggermente inferiore (7,79) rispetto agli studenti frequentanti, ma in aumento rispetto all'anno precedente (7,59); mentre per gli studenti e-learning la valutazione è mediamente più positiva in entrambi gli anni accademici: 8,21 nell'a.a. 2021-22; 8,52 nel 2022/23.

Riguardo alla soddisfazione per l'organizzazione generale degli insegnamenti, nell'a.a. 2022-23, i valori riscontrati per i 6 items analizzati restituiscono un quadro positivo. Il carico di studio dei singoli insegnamenti è considerato proporzionato ai crediti attribuiti, in quanto il voto medio per questo item è di poco inferiore all'8 – nel dettaglio, 7,91 (studenti frequentanti), 7,74 (non frequentanti), 7,85 (e-learning) – e non si segnalano particolari scostamenti dai valori dell'anno precedente (rispettivamente, 7,95; 7,47; 7,72). Il materiale didattico è ritenuto adeguato allo studio della materia. Il voto medio nell'a.a. 2022-23 è 8,10 (studenti frequentanti), 7,81 (non frequentanti), 8,15 (e-learning); anche in questo caso, tutti i valori sono in larga parte allineati all'anno precedente (rispettivamente, 8,10; 7,70; 7,82), con la sola eccezione di un lieve decremento per gli studenti iscritti con la modalità e-learning. Le modalità di svolgimento dell'esame risultano essere state definite in modo chiaro, considerando che il voto medio è superiore all'8 (8,32 per gli studenti frequentanti; 7,86 per gli studenti non frequentanti; 8,34 per gli studenti e-learning). Dal confronto con l'anno accademico precedente, il voto medio è stabile per gli studenti frequentanti (nel 2021-22, era 8,28), mentre appare in moderata diminuzione per gli studenti non frequentanti ed e-learning (nel 2021-22, era rispettivamente 8,08 e 8,1). Gli orari di svolgimento delle lezioni sono stati rispettati; difatti anche per questo indicatore (ovviamente, registrato soltanto per gli studenti frequentanti) il voto è nettamente superiore ad 8: 8,43 nell'a.a. 2022-23 e 8,34 nell'a.a. precedente. Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc.) sono ritenute utili per l'apprendimento della materia: il voto medio è prossimo all'8 (7,88). In merito all'item "L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio", nel 2022-23 il voto medio tra gli studenti frequentanti è positivo, pari a 8,38, leggermente inferiore alla media del Dipartimento (8,53) e di Ateneo (8,58).

I dati registrati concernenti la soddisfazione generale per il metodo di insegnamento dei docenti delineano un quadro di ampio apprezzamento per i docenti del CdS, allineato ai risultati di tutti i corsi di studio del Dipartimento. La valutazione dell'item "Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina" è superiore all'8 (8,06), appena inferiore al voto medio di Dipartimento e di Ateneo (rispettivamente, 8,25 e 8,36) e in sostanza allineato all'anno 2021-22 (8,12). Per quanto riguarda la chiarezza nell'esporre gli argomenti da parte dei docenti, il voto medio è 8,05, piuttosto stabile rispetto all'anno precedente (8,12), pur se lievemente inferiore alla media di Dipartimento (8,27) e Ateneo (8,37). I docenti sono altresì disponibili per chiarimenti e spiegazioni: la valutazione media è 8,45 per gli studenti frequentanti, 7,95 per gli studenti non frequentanti, 8,43 per gli studenti e-learning.

Riguardo agli studenti iscritti in modalità e-learning, il questionario presenta alcuni item specifici inerenti all'erogazione delle lezioni. Il primo item "Le attività didattiche on line (filmati multimediali, unità ipertestuali...) sono di facile accesso e utilizzo" fa registrare un valore medio di 7,89, che risulta pressoché invariato rispetto all'anno precedente (7,74). Il secondo item "Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina?" ha ricevuto un voto pari a 8,14; si tratta di un dato positivo e allineato a quello dell'anno scorso (8,10). Il terzo item "Il docente predispone supporti adeguati a presentare gli argomenti in modo chiaro?" ha ottenuto come media 8,22 (l'anno precedente 8,14). La domanda "Le attività didattiche diverse dalle lezioni (esercitazioni, chat, forum, etc.), ove presenti sono state utili all'apprendimento della materia?" ha rilevato un valore medio di 7,75, in lieve aumento rispetto all'anno passato (7,52). Infine, la domanda "Il tutor è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?" ha ottenuto un valore medio pari a 8,11, in netto miglioramento rispetto allo scorso anno accademico (7,69). Rispetto alla domanda a scelta multipla che chiude il questionario e che propone un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento, le risposte selezionate con maggior frequenza da tutti gli studenti (frequentanti, non

frequentanti ed e-learning) per l'anno accademico 2022-23 sono state le seguenti: alleggerire il carico didattico (394 risposte); fornire più conoscenze di base (272 risposte); migliorare la qualità del materiale didattico (218 risposte); "inserire prove d'esame intermedie" (180 risposte).

I medesimi indicatori sono stati esaminati per ogni singolo insegnamento erogato nel CdS nell'anno accademico 2022/23. Dall'analisi delle valutazioni raccolte presso gli studenti, emerge in generale un quadro positivo, all'interno del quale si possono rintracciare poche criticità. In particolare, sono considerati "critici" gli indicatori per i quali un determinato insegnamento ha conseguito un voto inferiore a 6, avendo ottenuto un minimo di 5 risposte. Riguardo agli insegnamenti dell'area Linguistica, Letteraria, Comunicativa e Storica, un insegnamento presenta due indicatori inferiori a 6 rilevati presso gli studenti iscritti ai servizi e-learning, mentre un insegnamento presenta un indicatore critico inerente alla proporzionalità del carico di studio rispetto ai crediti assegnati, rilevato soltanto tra gli studenti non frequentanti. Tra le discipline dell'area Economico-Aziendale e Giuridica, un insegnamento presenta due indicatori critici inerenti alle conoscenze preliminari e alla adeguatezza del materiale didattico, riscontrati soltanto tra gli studenti non frequentanti e gli studenti e-learning. Nell'area Sociologica e delle Scienze Umane, un insegnamento ha ottenuto una valutazione inferiore a 6 tra gli studenti iscritti ai servizi e-learning in merito a due indicatori inerenti alla adeguatezza del materiale didattico.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Analisi rilevazione opinioni studenti 2022-23



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

01/09/2023

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 74 laureati nell'anno solare 2022 (su 82 laureati totali) e sono aggiornati ad aprile 2023. Attraverso il questionario, sono valutati alcuni indicatori, quali la soddisfazione generale riguardo al Corso di laurea in Scienze della Comunicazione, al rapporto con i docenti, all'organizzazione della didattica, alle strutture in cui si svolgono le attività didattiche. Per quanto concerne la soddisfazione generale per il Corso di laurea, una netta maggioranza degli intervistati (91,5%) si dichiara complessivamente soddisfatta del corso (dato ottenuto aggregando le risposte "decisamente sì" e "più sì che no"), ottenendo un valore leggermente superiore a quello riscontrato a livello nazionale negli altri Corsi di laurea della stessa classe (90,2%). Un ulteriore indicatore che mostra l'apprezzamento degli studenti verso il Corso di laurea monitora quanti studenti di iscriverebbero di nuovo nello stesso corso di laurea. Ciò che emerge è che tre studenti su quattro (74,6%) si iscriverebbero nuovamente a Scienze della Comunicazione presso l'Università di Macerata (dato superiore al valore medio nazionale registrato presso gli altri corsi della stessa classe, pari al 67,7%). Parimenti, l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti raccoglie un diffuso giudizio positivo presso i neo-laureati: il 30,5% ha scelto la risposta "decisamente sì" (contro il 22,2% dei laureati della classe a livello nazionale), il 66,1% "più sì che no" (68,9% su base nazionale).

Per quanto concerne la valutazione dell'organizzazione della didattica, il questionario propone tre indicatori. Il primo rileva le opinioni circa la sostenibilità del carico di studio richiesto dagli insegnamenti rispetto alla durata del corso di studio, verso il quale quasi la totalità (94,9%) esprime un parere positivo, di cui il 55,9% risponde "decisamente sì" (contro il 47,9% dei laureati della classe a livello nazionale). Il secondo indicatore valuta la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): il 42,4% dei laureati intervistati è stato "sempre o quasi sempre soddisfatto" dell'organizzazione degli esami (contro il 33,8% dei laureati della stessa classe a livello nazionale), il 52,5% "per più della metà degli esami" (52,4% a livello nazionale). Il terzo indicatore rileva il tasso di frequenza degli insegnamenti da parte degli studenti. Il campione analizzato si caratterizza per una regolarità nella frequenza accademica, in quanto il 62,7% degli intervistati ha frequentato più del 75% degli insegnamenti, allineandosi alla media dei laureati della stessa classe a livello nazionale (63,5%).

Inoltre, l'indagine compiuta da AlmaLaurea ha raccolto i giudizi in merito alle strutture universitarie utilizzate durante il

percorso di studi. In particolare, le aule in cui si svolgono le attività didattiche sono considerate “sempre o quasi sempre adeguate” dal 29,1% (leggermente inferiore al dato nazionale, pari al 35,2%), “spesso adeguate” dal 61,8% (49,8% per i laureati della classe su base nazionale). Riguardo alla valutazione delle postazioni informatiche, le opinioni dei laureati intervistati tendono a polarizzarsi: il 57,1% ritiene che le postazioni siano in numero adeguato (un dato inferiore a quello riscontrato a livello nazionale, pari al 67,4%), mentre il 42,9% sostiene che non siano sufficienti. Tuttavia, l'indicatore appare in miglioramento, in quanto nell'indagine svolta l'anno precedente era il 47,9% a valutare come inadeguata la quantità di postazioni informatiche. Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 66,7% degli intervistati le ritiene “spesso adeguate” e il 14,3% “sempre o quasi sempre” adeguate. Infine, i servizi bibliotecari raccolgono in generale un giudizio soddisfacente: il 33,3% li valuta in modo “abbastanza positivo”, il 33,3% “decisamente positivo”, allineandosi al dato nazionale (rispettivamente 41% e 54,2%).

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Scheda Unica Annuale - Soddisfazione per il corso di studio concluso - Dati AlmaLaurea



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

01/09/2023

Anno accademico 2022/2023, dati estratti il 29 agosto 2023

Fonte dati: mia.unimc.it

INGRESSO

Il trend di crescita del numero di immatricolazioni al corso di laurea triennale (L-20) si conferma molto positivo nell'ultimo triennio, con 149 immatricolati nell'a.a. 2022/2023. Tale dato è confermato dal numero di iscritti al primo anno, pari a 224 (+5% rispetto ai 212 dell'anno accademico 2021/22 e circa il 16% in più rispetto ai 193 del 2020/21), a sostegno del dato pienamente positivo del numero complessivo degli studenti iscritti al corso di laurea triennale in scienze della comunicazione pari a 544, 36 studenti in più rispetto all'anno precedente e 62 studenti in più rispetto al 2020/21. Il dato relativo degli studenti regolari che usufruiscono dei servizi di e-learning ha visto una rapida crescita e nell'anno accademico 2022/23 si è consolidato: nel 2020/21 gli studenti iscritti ai servizi aggiuntivi e-learning erano 53, l'anno seguente 76 e nel 2022/23 sono 75.

Rispetto agli studenti iscritti con un titolo di accesso straniero, dallo 0,47% dell'anno accademico 2021/22, si passa allo 0% nel 2022/23.

PERCORSO

Alcuni indicatori consentono di monitorare la carriera degli studenti. Il quadro che emerge è di sostanziale stabilità e di generale regolarità del percorso di studi degli studenti del corso di laurea. Gli studenti che si iscrivono al secondo anno avendo acquisito almeno 40 CFU rappresentano una quota di circa il 40% sul totale (nel dettaglio: 42,48% nel 2020/2021; 40,71% nel 2021/2022; 41,40% nel 2022/2023). Anche la media dei CFU acquisiti dagli studenti fino al secondo anno è stabile: 76,36 nel 2020/2021; 78,32 nel 2021/2022; 75,42 nel 2022/2023. È in aumento il dato relativo al numero di studenti iscritti in corso che hanno acquisito nell'anno accademico almeno 6 CFU (85,95% nel 2020/2021; 88,06% nel 2021/2022; 91,54% nel 2022/2023). Da considerare, inoltre, che questi indicatori potrebbero registrare un ulteriore miglioramento in considerazione del fatto che gli studenti possono sostenere ancora esami.

Per quanto riguarda il numero medio di CFU acquisiti dagli studenti Erasmus i dati appaiono sostanzialmente stabili: nell'a.a. 2020/2021 la media è di 25 crediti, nel 2021/22 29 crediti, nel 2022/23 27 crediti.

Ulteriori indicatori che permettono di valutare la regolarità della carriera degli studenti riguardano la quota di studenti inattivi (ovverosia, gli studenti che hanno conseguito nell'anno accademico di riferimento un numero di CFU inferiore a 5) e di studenti fuori corso. Gli inattivi sono in diminuzione (dal 26,03% del 2021/22 al 21,51% del 2022/23), mentre gli studenti fuori corso risultano stabili (12,01% nel 2021/22, 12,68% nel 2022/23).

Al contrario, appare in decrescita la percentuale di studenti del primo anno che si iscrive al II anno dello stesso corso di studi: nell'anno accademico 2020/2021 era del 72,46% nell'anno accademico 2021/2022 era pari al 61,66%, mentre nel 2022/23 scende leggermente al 57,82%. Parimenti, il tasso di abbandono del corso di laurea ha visto un aumento degli ultimi due anni, passando dal 17,9% nel 2020/2021, al 26,37% nel 2021/2022 e al 27,11% nel 2022/2023.

Inoltre, risulta in calo il dato inerente al numero di studenti che hanno svolto stage esterni all'Ateneo con acquisizione di crediti formativi (numero attuale 44, contro i 93 dell'anno precedente). Il dato tuttavia non è definitivo, in quanto nei prossimi mesi gli studenti potrebbero acquisire crediti.

USCITA

Il numero di studenti laureatisi nell'anno solare 2021 è 78, mentre nel 2022 i laureati sono stati 83. Per quanto riguarda il 2023 il numero di laureati si attesta a 35, ma il valore è provvisorio, poiché deve essere ancora svolta una sessione di laurea.

La durata media del corso di studi dall'iscrizione al conseguimento del titolo sembra in lieve aumento: 3 anni e 3 mesi nell'anno 2021, rispetto ai 3 anni e 7 mesi dell'anno 2022 e 3 anni e 8 mesi nel 2023 (tuttavia, anche in tal caso il dato è provvisorio). Allo stesso modo, il tasso di laurea, ossia la percentuale di studenti laureati in corso è in lieve diminuzione:

53,15% nel 2021, 47,57% nel 2022.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati ingresso percorso uscita 2022-23



QUADRO C2

Efficacia Esterna

I dati di ingresso nel mercato del lavoro dei laureati in Scienze della Comunicazione, rilevati nell'anno solare ^{01/09/2023} 2022, ad un anno dal conseguimento del titolo (2021), sono stati estratti dalla banca dati Almalaurea riguardante la condizione occupazionale dei laureati italiani ad Aprile 2023. Dei 79 laureati del 2021, 59 hanno partecipato alla rilevazione tramite questionario condotta da Almalaurea, e tra questi ultimi il collettivo esaminato è stato ristretto a 39 individui, in quanto sono stati considerati soltanto i laureati che non lavoravano al momento della laurea.

Il tasso di occupazione, ad un anno dal conseguimento del titolo, risulta pari al 25,6%, inferiore di 8 punti rispetto ai laureati nella medesima classe di laurea di tutti gli altri atenei italiani. Presumibilmente, l'effetto negativo del Covid-19 sul sistema produttivo italiano continua a pesare sull'occupabilità. Da un lato, la pandemia ha causato certamente una contrazione della domanda di lavoro da parte delle imprese. Dall'altro lato, si constata un effetto indiretto: è, infatti, probabile che, a causa delle difficoltà di reperire un lavoro, molti laureati triennali abbiano deciso di proseguire gli studi. In tal senso l'andamento dell'indicatore relativo alla percentuale di studenti che, al momento della rilevazione Almalaurea, risultava iscritto ad un corso magistrale, sembra confermare questa impressione. Il dato per il nostro corso di laurea, infatti, è piuttosto alto, essendo pari al 71,8%, staccando in modo marcato il dato rilevato presso i laureati nella medesima classe di laurea su base nazionale.

Allo stesso modo, la retribuzione media dei nostri laureati ad un anno dal titolo si assesta ad € 876, inferiore alla retribuzione media del collettivo di laureati triennali della stessa classe (€ 992).

L'indicatore relativo alla soddisfazione per il lavoro appare in aumento rispetto all'anno precedente. In una scala tra 1 e 10 i nostri laureati esprimono un giudizio pari a 6,9 (l'anno scorso era del 6,3). Tale valore, tuttavia, risulta ancora inferiore a quello dei laureati della stessa classe degli altri atenei (7,7). Al contrario, è nettamente positiva la quota di laureati che utilizza in misura elevata le competenze acquisite con la laurea: si tratta del 60% contro ad una media del 32,9% rilevata nel collettivo di laureati triennali della stessa classe.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Condizione occupazionale - Dati AlmaLaurea



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 30/08/2023, sono stati scaricati dal portale di Ateneo MIA. Il collettivo indagato comprende in tutto 40 aziende/enti.

Complessivamente, gli enti valutano in termini ampiamente soddisfacenti l'esperienza dello stage. Le funzioni e i compiti svolti dallo/dalla stagista vengono considerati molto congruenti con il progetto formativo sottostante lo stage nella maggior parte dei casi (precisamente dal 77,5% dei tutor aziendali intervistati). I tutor aziendali, inoltre, dimostrano di apprezzare la preparazione degli stagisti, in particolare in alcune competenze trasversali, ovvero:

- comunicare con gli altri e trasmettere informazioni: molto competente (62,5%), abbastanza competente (37,5%);
- lavorare in gruppo: molto competente (75%), abbastanza competente (17,5%);
- raccogliere, selezionare ed elaborare informazioni: molto competente (70%), abbastanza competente (27,5%); poco competente (1 caso)

- adattarsi ai cambiamenti ed essere flessibile di fronte a diverse situazioni: molto competente (75%), abbastanza competente (17,5%); poco competente (1 caso)
- utilizzare software e pacchetti informatici: molto competente (70%), abbastanza competente (25%);
- intrattenere una conversazione e produrre testi in lingua straniera: molto competente (22,5%), abbastanza competente (30%); poco competente (1 caso) (nel 45% dei casi, era una competenza non prevista dallo stage);
- gestire il tempo e organizzare il proprio lavoro: molto competente (77,5%), abbastanza competente (20%); poco competente (1 caso)
- intraprendere azioni di propria iniziativa: molto competente (50%), abbastanza competente (45%).

Infine, la totalità dei tutor aziendali intervistati ha riscontrato punti di forza nella preparazione degli stagisti e circa uno su due (47,5%) non ha rilevato aree migliorabili nella preparazione.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Rilevazione tutor ente ospitante 2022-23



► QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

17/05/2023

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".

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

14/06/2023

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 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;
- 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 il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio; monitora, in collaborazione con il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto; coordina lo svolgimento di audit interni.
- 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. Gli 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 e le sedute sono stabilite in ottemperanza a tutte le necessità e le scadenze interne, d'Ateneo e universitarie nazionali. All'interno dei Consigli, il Presidente e il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio 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 Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio, l'implementazione delle azioni correttive indicate all'interno della scheda di monitoraggio annuale del CdS; monitora, in collaborazione con il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio, 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 per risolvere le criticità che vengono segnalate dalla CPDS e dal Gruppo di

gestione dell'AQ del corso di studio; 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; in collaborazione con il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio, organizza periodicamente degli audit con i rappresentanti degli studenti.

- Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio (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 Referente Scheda-SUA, da alcuni docenti referenti del CdS, dal personale Tecnico-Amministrativo Referente AQCdS. Il GAQ provvede alla compilazione della scheda SUA-CdS, 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/imprese 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. 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, il GAQ provvede alla stesura 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, il GAQ coadiuva il Presidente di CdS nella redazione del documento di autovalutazione per l'Accreditamento Periodico.

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

- 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.

Link inserito: <http://>



QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

17/05/2023

La programmazione generale dei lavori e le scadenze di attuazione delle iniziative sono reperibili nel sito web.

Il Corso di Studio 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

17/05/2023

Le attività di autovalutazione sono processi fondamentali del sistema di Assicurazione della Qualità programmate ed effettuate al fine di:

- valutare la sostenibilità, l'idoneità, l'adeguatezza e l'efficacia dell'attività formativa del corso;
- individuare e quindi attuare le opportune iniziative di correzione e miglioramento, i cui effetti dovranno essere valutati sistematicamente.

Gli esiti delle suddette valutazioni sono contenuti nella Scheda di monitoraggio annuale, nel Rapporto di riesame ciclico e nella Relazione della Commissione paritetica docenti studenti.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO D5

Progettazione del CdS

13/05/2022



QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

13/05/2022



QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria

**Curriculum: Comunicazione di massa**

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	33	25	17 - 25
	↳ <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
	↳ <i>FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ <i>LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.b (1 anno) - 2 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.a (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
Discipline sociali e mediologiche	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	32	32	32 - 40
	↳ <i>SEMIOTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-STO/04 Storia contemporanea			
	↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/07 Sociologia generale			
	↳ <i>SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)		
Totale attività di Base	57	49 - 65

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	16	16	8 - 16
	↳ SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	M-FIL/04 Estetica			
	↳ ESTETICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Scienze umane ed economico-sociali	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale	32	32	32 - 40
	↳ Laboratorio di teoria e modelli dei processi formativi (1 anno) - semestrale - obbl			
	↳ TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	M-PSI/01 Psicologia generale			
	↳ PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	M-PSI/05 Psicologia sociale			
	↳ PSICOLOGIA SOCIALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/02 Politica economica			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	↳ FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.b (1 anno) - semestrale - obbl	24	16	16 - 16
	↳ FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.a (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	↳ ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (1 anno) - 8 CFU -			

	<i>semestrale - obbl</i>			
	SPS/04 Scienza politica  <i>COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale  <i>DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			64	56 - 72

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni  <i>MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>	48	20	20 - 20 min 18
	IUS/08 Diritto costituzionale  <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-FIL-LET/10 Letteratura italiana			
	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese  <i>LINGUA E CULTURA FRANCESE (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola  <i>LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca  <i>LINGUA E CULTURA TEDESCA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			

M-FIL/03 Filosofia morale			
↳ <i>ETICA DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
SPS/03 Storia delle istituzioni politiche			
↳ <i>STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
Totale attività Affini		20	20 - 20

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		16	16 - 16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	8	8 - 8
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	8	8 - 8
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		7	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		39	39 - 39

CFU totali per il conseguimento del titolo	180		
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Comunicazione di massa</i>:	180	164 - 196	

Curriculum: Comunicazione d'impresa

Attività di	settore	CFU	CFU	CFU
-------------	---------	-----	-----	-----

base		Ins	Off	Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	↳ <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	17	17	17 - 25
	↳ <i>SEMIOTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea			
	↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/07 Sociologia generale			
	↳ <i>METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	40	40	32 - 40
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			57	49 - 65

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	↳ <i>LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	8	8	8 - 16
Scienze umane ed economico- sociali	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale	48	40	32 - 40
	↳ <i>FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			

	M-PSI/01 Psicologia generale			
	↳ <i>PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/02 Politica economica			
	↳ <i>FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.b (1 anno) - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.a (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Laboratorio:il piano di marketing (1 anno) - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>MARKETING (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DEL LAVORO (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	↳ <i>ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/04 Scienza politica			
	↳ <i>COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>	24	16	16 - 16
	SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale			
	↳ <i>DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			64	56 - 72

Attività	settore	CFU	CFU	CFU
----------	---------	-----	-----	-----

affini		Ins	Off	Rad
Attività formative affini o integrative	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	40	20	20 - 20 min 18
	↳ <i>MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	IUS/08 Diritto costituzionale			
	↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese			
	↳ <i>LINGUA E CULTURA FRANCESE (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola			
	↳ <i>LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca			
	↳ <i>LINGUA E CULTURA TEDESCA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	M-FIL/03 Filosofia morale			
	↳ <i>ETICA DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
Totale attività Affini			20	20 - 20

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		16	16 - 16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	8	8 - 8
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	8	8 - 8
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-

	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		7	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		39	39 - 39

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Comunicazione d'impresa</i>:	180	164 - 196