



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1599800</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
donatelli anastasia a.donatelli@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

24/04/2024

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, informatico, linguistico-letterario e semiotico, 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, nel campo dell'editoria e delle imprese culturali, 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)

17/05/2024

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 raccogliarne 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.

Anno accademico 2023/2024

I componenti del Comitato di Indirizzo Permanente della classe L-20 sono stati convocati per una consultazione finalizzata alla discussione dell'aggiornamento dell'offerta formativa del corso di laurea. L'incontro si è svolto il giorno 6 febbraio 2024 alle ore 16, in modalità online. I componenti del Comitato hanno esaminato il piano di studi della Cl. L-20. Considerate le modifiche apportate lo scorso anno accademico, il Comitato ritiene che l'offerta formativa del corso sia adeguata e aggiornata e propone di non apportare ulteriori cambiamenti. Inoltre, il Comitato ha analizzato l'offerta formativa relativa ai Laboratori. Le rappresentazioni degli studenti esprimono alcune perplessità sul nome del Laboratorio di tecnologie per il web, che appare poco esplicativo circa i contenuti. Il prof. Frontoni chiede ulteriori chiarimenti e suggerisce di riformulare in Laboratorio di web design, incontrando l'approvazione delle rappresentazioni. Il prof. Cegolon chiede di riformulare il nome del laboratorio in Public Speaking and Leadership Development, poiché non è più erogato in lingua inglese. La denominazione proposta è: Laboratorio in Public speaking e comunicazione efficace. Le modifiche proposte sono presentate ed approvate nel successivo CCU.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali e documenti consultazioni L-20

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



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

07/05/2024

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

20/02/2023

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.

	QUADRO	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
A4.b.1		
RAI		

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	Il CdS L-20, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e	

conoscenza e comprensione	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'esperienze obbligatoria di stage inerenti agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende, supportate da attività di tutorato del docente di area tematica, nel corso delle lezioni e, ovviamente, anche in sede di esami di profitto. Inoltre la capacità di applicare la conoscenza e la comprensione trova conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito lo studente è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti dell'argomento approfondito.	
----------------------------------	---	--

Area Economico-Aziendale e Giuridica

Conoscenza e comprensione

Sul piano giuridico, il percorso formativo comune ai due curricula introduce alla conoscenza degli elementi istituzionali del diritto pubblico e delle libertà fondamentali garantite dal testo costituzionale, con un'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 comune ai due curricula prevede l'acquisizione di conoscenze riguardo al funzionamento degli strumenti di politica economica, permettendo agli studenti di comprendere le differenti tipologie di politica economica e di interpretare i rapporti economici prodotti da organismi internazionali e non. Nel secondo curriculum, la preparazione nel campo economico-aziendale è ulteriormente approfondita fornendo conoscenze di base inerenti alla gestione, organizzazione e direzione delle attività economico-aziendali nell'impresa e al settore del marketing. In particolare, i fondamenti e le problematiche gestionali saranno affrontati in modo rigoroso, offrendo agli studenti 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 dei docenti di area tematica, nel corso delle lezioni e 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 [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 [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, psicologiche 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.

Nel percorso formativo comune ai due curricula, per quanto concerne l'ambito psicologico, l'obiettivo 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, l'obiettivo è di conseguire la conoscenza dei concetti-base della sociologia e delle principali teorie sociali contemporanee. Inoltre, gli insegnamenti di questo ambito permettono la comprensione dei modelli sociologici della comunicazione, delle caratteristiche distintive dei mezzi di comunicazione (stampa, radiotelevisione, media digitali), nonché degli effetti dei mass media e dei nuovi media sull'agire sociale. Il rapporto tra dimensione regolativa, devianza e controllo sociale, con riferimento ad alcune tendenze del mutamento sociale collegate ai processi comunicativi, rappresenta un ulteriore campo di approfondimento. 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.

Nel primo curriculum, le conoscenze dell'Area sociologica e delle scienze umane sono specializzate grazie alla

formazione nell'ambito della psicologia sociale, con riferimento alla diffusione sociale e culturale della comunicazione, alle relazioni con il pubblico e nelle aziende, alla gestione delle risorse umane e culturali. Sul piano pedagogico, si fornisce agli studenti una semantica della formazione e la capacità di analizzare le teorie e i modelli relativi al capitale umano.

Nel secondo curriculum, il percorso formativo degli studenti si specializza grazie alle conoscenze acquisite nel campo della metodologia della ricerca sociale, della sociologia del lavoro, nonché della formazione e sviluppo delle risorse umane.

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](#)

DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE [url](#)

ETICA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

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

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

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

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

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

LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE [url](#)

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

Laboratorio di teoria e modelli dei processi formativi (*modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI*) [url](#)

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

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

PSICOLOGIA SOCIALE [url](#)

SOCIOLOGIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

SOCIOLOGIA DEL LAVORO [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.

Il percorso formativo comune ai curricula offre l'apprendimento dei caratteri specifici e dell'evoluzione dei sistemi socio-politici dell'Età contemporanea, nonché le basi storiche della comunicazione politica e dei processi di globalizzazione; la conoscenza e la 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 inter-semiotiche tra diversi media.

L'Area si specializza nel primo curriculum fornendo conoscenze per l'analisi dei caratteri e dei generi della comunicazione scritta per i nuovi media, con particolare riguardo alla scrittura dei social network; conoscenze e abilità interpretative di forme complesse della comunicazione letteraria, volte a sviluppare l'approccio intertestuale dei testi, con particolare riferimento alla musica e al cinema; capacità di analisi semiologica del film e delle sue metodologie; conoscenze nel campo dell'estetica, sia dal punto di vista storico che da quello concettuale.

Nel secondo curriculum, l'Area si declina attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze nell'ambito della comunicazione pubblicitaria e la comprensione delle dinamiche dei processi di costruzione di una campagna pubblicitaria sia in fase progettuale che in fase realizzativa.

La conoscenza e la capacità di comprensione saranno conseguite tramite lezioni frontali e dialogate, attraverso lo studio individuale, supportato dalla collaborazione fra studenti e docenti in sede di ricevimento studenti, e attraverso la redazione di brevi relazioni su seminari e convegni di settore, sotto la supervisione del docente di riferimento. La conoscenza e la capacità di comprensione sul versante applicativo sarà agevolata dalla offerta di laboratori didattici.

La verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione avverrà tramite prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO [url](#)

ESTETICA [url](#)

FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI WEB DESIGN [url](#)

LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI [url](#)

LINGUA E CULTURA FRANCESE [url](#)
 LINGUA E CULTURA SPAGNOLA [url](#)
 LINGUA E CULTURA TEDESCA [url](#)
 LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)
 LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI [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](#)
 STORIA CONTEMPORANEA [url](#)
 STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

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

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



07/05/2024

Gli studenti scelgono l'insegnamento in cui svolgere la tesi tra quelli 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/una docente che funge da relatore/trice. 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 2024-2025 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/07	Anno di	A2 (modulo di LETTORATO LINGUA SPAGNOLA) link			0		

		corso 1							
2.	L- LIN/04	Anno di corso 1	A2 (modulo di LETTORATO LINGUA FRANCESE) link			0			
3.	NN	Anno di corso 1	ATTIVITA' A SCELTA link			16			
4.	NN	Anno di corso 1	ATTIVITA' FORMATIVA ERASMUS link			8			
5.	L- LIN/04	Anno di corso 1	B1 (modulo di LETTORATO LINGUA FRANCESE) link			0			
6.	L- LIN/07	Anno di corso 1	B1 (modulo di LETTORATO LINGUA SPAGNOLA) link			0			
7.	M- PED/01	Anno di corso 1	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link	CEGOLON ANDREA	PA	8	40		
8.	ING- INF/05	Anno di corso 1	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE link	FRONTONI EMANUELE	PO	9	60		
9.	IUS/09	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO link	CALZOLAIO SIMONE	PA	8	40		
10.	SECS- P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link			4	20		
11.	SECS- P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link			4	20		
12.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link			4	20		

13.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link			4	20	
14.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE link			4	20	
15.	M-PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	PA	4	20	
16.	ING-INF/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB DESIGN link	PAOLANTI MARINA	RD	4	20	
17.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	4	20	
18.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link			4	20	
19.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LABORATORIO RECUPERO OFA SU COMPrensione DEL TESTO E RAGIONAMENTO LOGICO link			0		
20.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link			4	20	
21.	L-LIN/04	Anno di corso 1	LETTORATO LINGUA FRANCESE link			0		
22.	L-LIN/07	Anno di corso 1	LETTORATO LINGUA SPAGNOLA link			0		
23.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE link			8	40	
24.	L-ART/06	Anno di	SEMILOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI link	MANCINO ANTON GIULIO	PA	8	40	

		corso 1						
25.	M- FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link			8	40	
26.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA link	BERTOLAZZI ALESSIA	PA	8	40	
27.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link	QUAGLIA VALERIA	RD	8	40	
28.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	QUAGLIA VALERIA	RD	8	40	
29.	M- STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	VENTRONE ANGELO	PO	8	40	
30.	NN	Anno di corso 2	ATTIVITA' A SCELTA link			16		
31.	NN	Anno di corso 2	ATTIVITA' FORMATIVA ERASMUS link			8		
32.	IUS/08	Anno di corso 2	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link			6		
33.	SECS- P/08	Anno di corso 2	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE link			8		
34.	SECS- P/02	Anno di corso 2	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link			8		
35.	SECS- P/02	Anno di corso 2	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.a (<i>modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA</i>) link			8		

36.	SECS-P/02	Anno di corso 2	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA - mod.b (<i>modulo di FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA</i>) link	0				
37.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 2	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link	8				
38.	SECS-P/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link	4				
39.	SECS-P/02	Anno di corso 2	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link	4				
40.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link	4				
41.	L-ART/06	Anno di corso 2	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link	4				
42.	L-ART/06	Anno di corso 2	LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE link	4				
43.	M-PSI/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	4				
44.	M-PED/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link	4				
45.	ING-INF/05	Anno di corso 2	LABORATORIO DI WEB DESIGN link	4				
46.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 2	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link	4				
47.	SECS-P/08	Anno di	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link	4				

corso
2

48.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link	4				
49.	L- LIN/04	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA FRANCESE link	6				
50.	L- LIN/07	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA SPAGNOLA link	6				
51.	L- LIN/14	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA TEDESCA link	6				
52.	L- LIN/01	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA link	8				
53.	L- LIN/01	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.a (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link	6				
54.	L- LIN/01	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA - mod.b (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link	2				
55.	SPS/07	Anno di corso 2	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link	8				
56.	M- PSI/01	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	8				
57.	M- PSI/05	Anno di corso 2	PSICOLOGIA SOCIALE link	8				
58.	SPS/04	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link	8				

59.	SPS/12	Anno di corso 3	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link	8				
60.	M-FIL/04	Anno di corso 3	ESTETICA link	8				
61.	M-FIL/03	Anno di corso 3	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link	8				
62.	M-PED/01	Anno di corso 3	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link	8				
63.	SECS-P/08	Anno di corso 3	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link	4				
64.	SECS-P/02	Anno di corso 3	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link	4				
65.	SPS/08	Anno di corso 3	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link	4				
66.	L-ART/06	Anno di corso 3	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link	4				
67.	L-ART/06	Anno di corso 3	LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE link	4				
68.	M-PSI/01	Anno di corso 3	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	4				
69.	M-PED/01	Anno di corso 3	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link	4				
70.	ING-INF/05	Anno di	LABORATORIO DI WEB DESIGN link	4				

		corso 3						
71.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 3	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link		4			
72.	SECS- P/08	Anno di corso 3	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link		4			
73.	SPS/08	Anno di corso 3	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link		4			
74.	L-FIL- LET/10	Anno di corso 3	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link		8			
75.	M- PED/01	Anno di corso 3	Laboratorio di teoria e modelli dei processi formativi (<i>modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI</i>) link		0			
76.	SECS- P/08	Anno di corso 3	Laboratorio:il piano di marketing (<i>modulo di MARKETING</i>) link		0			
77.	SECS- P/08	Anno di corso 3	MARKETING link		8			
78.	SECS- P/08	Anno di corso 3	MARKETING (<i>modulo di MARKETING</i>) link		8			
79.	ING- INF/05	Anno di corso 3	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link		8			
80.	SPS/08	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link		8			
81.	SPS/09	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA DEL LAVORO link		8			

82.	SPS/03	Anno di corso 3	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link	8				
83.	M- PED/01	Anno di corso 3	TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI (<i>modulo di TEORIA E MODELLI DEI PROCESSI FORMATIVI</i>) link	8				
84.	M- PED/01	Anno di corso 3	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>

07/05/2024

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli Studenti e l'Ufficio Infopoint e Benessere 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

Orientamento informativo:

- a) Infopoint - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni per la scelta del corso;
- b) Welcome point matricole - servizio di informazione telefonica, attivo tutto l'anno, che fornisce anche supporto operativo allo svolgimento delle procedure di immatricolazione e rinnovo dell'iscrizione;
- c) Sito web di Ateneo - sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

Orientamento alla scelta:

- a) Salone di orientamento interno all'Ateneo - giornate di orientamento rivolte agli studenti delle scuole superiori (in sede oppure online generalmente alla fine di gennaio o all'inizio di febbraio);
- b) 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;
- c) La tua scuola a Unimc: un giorno da universitario – accoglienza, su richiesta, di gruppi classe delle scuole superiori, per far conoscere l'offerta formativa e i servizi dell'Ateneo, nonché per far visitare le strutture;
- d) 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 Ufficio Infopoint e Benessere con l'utilizzo della piattaforma Sorprendo, che fornisce strumenti di auto-valutazione e percorsi di analisi e scoperta del mondo del lavoro;
- e) 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;
- f) Seminari teorico-pratici in chiave di Life Coaching a cura del Life Coach;
- g) Corsi di orientamento Progetto InAcademy@Unimc 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, finanziato dall'Unione europea che hanno la finalità di offrire alle studentesse e agli studenti delle classi III, IV e V delle scuole secondarie di secondo grado la possibilità di sperimentare attività di orientamento informativo, educativo e formativo in vista di future scelte autonome e consapevoli, in fase di transizione dalla scuola all'università. Sono realizzati in collaborazione con i dipartimenti dell'Ateneo;
- h) Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento - PCTO - (ex Alternanza scuola-lavoro) – mediante i PCTO l'Ateneo ospita gli studenti delle scuole superiori per realizzare percorsi formativi di orientamento al lavoro;
- i) Progetti POT 2021-2023 che prevedono tra le proprie azioni le attività di orientamento alle iscrizioni al fine di supportare gli studenti in una scelta consapevole del percorso di laurea in modo tale che l'aumento delle iscrizioni si accompagni alla contestuale riduzione dei tassi di abbandono;
- j) Open Day - giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma una a luglio e l'altra ad agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti dei singoli corsi e i senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;
- k) 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;
- l) Festa della matricola – evento ludico realizzato alla fine delle giornate della matricola, per favorire momenti di condivisione e di comunità;
- m) Saloni e fiere di orientamento - partecipazione a saloni e fiere di orientamento per diffondere in maniera capillare l'offerta formativa dell'Ateneo, modulata in base ai diversi target da raggiungere;
- n) Consulenza orientativa specializzata – consulenza individuale o di gruppo rivolta agli studenti delle scuole superiori, sia nelle sedi dell'Ateneo e sia presso le sedi delle scuole superiori sulla base di progetti di orientamento concordati con esse;
- o) Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) – servizio di accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o disturbi specifici dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il

diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale. In particolare, i servizi proposti sono:

1. tutorato specializzato – svolto da professionisti reclutati con apposito bando ogni anno per svolgere attività di supporto allo studio e intermediazione con i docenti;
2. tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione;
3. 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;
4. attrezzature informatiche – sono offerte in comodato d'uso su richiesta specifica.

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 il 2024 per la realizzazione dei corsi di orientamento nell'ambito del progetto sono le seguenti: Liceo Scientifico Galilei Macerata, Liceo Stabili Trebbiani Ascoli Piceno, Istituto Paritario Giovanni Paolo II Fermo, Liceo Artistico Cantalamessa Macerata, IIS Bonifazi Civitanova Marche Recanati, Liceo Linguistico Leopardi Recanati, Istituto Alberghiero Loreto, Liceo Classico Statale 'Giulio Perticari' Senigallia, Linguistico Da Vinci Civitanova.

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 spazi di vita

- 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
- Michele Fabiani, docente di economia politica

Potere e Media: la comunicazione oltre le fake news

- Angelo Ventrone, docente di storia contemporanea
- Ronald Car, docente di storia delle istituzioni politiche
- Natascia Mattucci, docente di filosofia politica
- Simona Epasto, docente di geografia economico-politica
- Valeria Quaglia, docente di sociologia generale
- Mathilde Anquetil, docente di lingua francese
- Raffaella Niro, docente di istituzioni di diritto pubblico

L'Europa fra Unione e divisioni: guerra, pace e integrazione oltre il PNRR

- Michele Fabiani, docente di economia politica
- Stefano Spalletti, docente di storia del pensiero economico
- Paola Persano, docente di storia delle dottrine politiche
- Anna Ilaria Trapè, docente di diritto agrario
- Laura Salvadego, docente di diritto internazionale
- Andrea Prontera, docente di scienza politica
- Luigi Cozzolino, docente di diritto costituzionale

Nuove vulnerabilità e politiche di emergenza: lavoro e povertà globali, crisi ecologica e sostenibilità ambientale. La transizione energetica

- Fabio Clementi, docente di economia politica
- Carmela Guarascio, docente di Sociologia dei processi economici e del lavoro
- Simona Tiribelli, docente di filosofia morale
- Michele Fabiani, docente di economia politica

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 finanziato consente 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. Presso l'Istituto di istruzione

superiore Leonardo da Vinci di Civitanova i docenti Prof. Emanuele Frontoni, Prof.ssa Benedetta Giovanola, Dott.ssa Marina Paolanti e Dott.ssa Simona Tiribelli insieme alle colleghe del dipartimento di Studi Umanistici del corso di laurea L5 hanno erogato il corso "L'AI sfida i saperi tradizionali". Il corso ha visto un'introduzione alle teorie fondamentali dell'AI, i suoi sviluppi attuali e alle sue potenziali applicazioni future, con una riflessione sulle implicazioni filosofiche e le sfide etiche poste dall'Intelligenza Artificiale. Si è svolto il 13-20-27 ottobre 2023, 10-17-24 novembre, 1-15 dicembre, 12 gennaio 2024 e 26 gennaio 2024.

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



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

07/05/2024

Ufficio Orientamento e Servizi agli Studenti e l'Ufficio Infopoint e Benessere 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.

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

a) Progetti POT 2021-2023 che prevedono tra le proprie azioni le attività di tutorato finalizzate al perseguimento dei seguenti obiettivi:

1. aumento delle iscrizioni e riduzione dei tassi d'abbandono;
2. promozione dell'equilibrio di genere nelle classi dei corsi di studio;
3. riduzione degli ostacoli all'iscrizione e alla frequenza dell'Università dovuti alla condizione socio economica o alla disabilità degli studenti.

b) Tutorato in Itinere - specifiche azioni rivolte agli studenti iscritti, finalizzate a ridurre e monitorare i fenomeni di abbandono.

In particolare:

1. servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor;
2. seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sulla esperienza di stage;
3. attività di accompagnamento alla scelta del corso di laurea magistrale.

c) Sistema integrato per il benessere degli studenti -

Sportello di ascolto - presa in carico del bisogno dello studente e assegnazione ad uno dei seguenti 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.).

d) Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) - supporto agli studenti con disabilità o con disturbi dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'integrazione nel contesto accademico, didattico e sociale. In particolare i servizi offerti sono:

1. tutorato specializzato - svolto da professionisti che supportano lo studente con disabilità/DSA nello studio e fanno da tramite con i docenti;
2. tutorato alla pari - prendi-appunti - svolto da studenti part-time che affiancano lo studente con disabilità/DSA a lezione (in presenza o online);
3. 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 lo studente con disabilità/DSA nello studio;
4. attrezzature informatiche e software in comodato d'uso agli studenti con disabilità/DSA dietro richiesta specifica.

e) Consulenza orientativa specializzata per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (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;

f) percorsi di formazione per l'acquisizione di competenze trasversali e rilascio di open badge, attraverso la piattaforma

BESTR, agli studenti partecipanti.

Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) – cla.unimc.it – offre i seguenti servizi sulla scorta dell'a.a. 2023/2024:

- a) esercitazioni di lingua araba, cinese, francese, inglese, spagnola, russa, tedesca e italiano L2, tenute da esperti linguistici madrelingua, e, Lis (Lingua dei segni italiana) tenute da esperti;
- b) moduli finalizzati all'apprendimento di abilità linguistiche particolari quali: arabo egiziano, arabo per i media, francese accademico e digital humanities, francese medico, Lingua francese: linguaggio specialistico per le professioni legali, Understanding political discourse, inglese economico-finanziario, Creative writing, Lingua inglese: linguaggio specialistico per le professioni legali, English reading and writing skills for professional and academic purposes, linguaggio politico russo, traduzione letteraria RU>IT, spagnolo museale, spagnolo per il Web, Introduzione al linguaggio giuridico tedesco, La lingua tedesca va in scena: tradurre per il teatro;
- c) corsi di preparazione al conseguimento delle certificazioni linguistiche internazionali di lingua francese, inglese, tedesca, italiana e spagnola tenuti da formatori madrelingua, con un costo agevolato a carico degli studenti.

INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDIO L-20

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)

07/05/2024

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 sia 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 nell'attivazione di tirocini extracurriculari sia in Italia che all'estero. I laureati possono consultare le offerte di 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.

Nel biennio 2024-2025 l'Ufficio si occuperà inoltre dell'attivazione di tirocini extracurriculari presso le cancellerie degli Uffici Giudiziari della Regione Marche, di cui all'Avviso Pubblico emanato con Decreto del Dirigente del Settore Servizi per l'Impiego e Politiche del Lavoro n.709 - PR Marche FSE+ 2021/2027 Asse Occupazione, OS 4.a (5) - Campo di intervento 134.

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. Eroga 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.

Descrizione link: Stage e tirocini

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



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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 ed enti di alta formazione extra-UE, 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+ e i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata), sia per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i paesi di provenienza degli atenei partner).

L'Ufficio gestisce il programma Erasmus+ e vari programmi di scambio basati su accordi bilaterali con Atenei partner. Ha in attivo più di 400 accordi Erasmus con Atenei Europei. In questo caso la figura del Delegato Erasmus di Dipartimento

fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero. Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio si relaziona con Università dislocate in Australia, Canada, Cina e Stati Uniti. In tutti gli accordi per la mobilità internazionale, l'Ufficio coordina la selezione dei beneficiari, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi e con il Delegato Erasmus di Dipartimento, 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 (CFU/ECTS) e degli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale. In questo caso la figura del Referente degli accordi di cooperazione extra-Erasmus fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero, sempre in collaborazione con i docenti referenti degli accordi e con il Delegato Erasmus di Dipartimento.

Iniziative del Corso di Studio L-20

Il corso di studio 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, se del caso 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, in presenza o online, 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. La Delegata Erasmus organizza inoltre due incontri all'anno (uno a semestre) specificamente rivolti agli studenti vincitori di una borsa di mobilità Erasmus+ per fornire puntuali indicazioni in merito alle modalità di predisposizione del Learning Agreement. All'incontro partecipa anche un membro dell'Ufficio mobilità internazionale per fornire ogni chiarimento di natura amministrativa.

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extraeuropei

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

Nessun Ateneo



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEO

29/05/2024

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:

- a) servizio informazioni su tirocini extracurricolari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;
- b) pubblicazione di offerte di tirocinio/lavoro – l'Ufficio pubblica nella bacheca online "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 extracurricolare;
- c) 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. Per l'anno 2024 sarà attivata in via sperimentale un'edizione primaverile dedicata al settore del fashion. Durante l'evento sono organizzati workshop di formazione dedicati:
 1. 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;
 2. ai laureandi e laureati focalizzati su tematiche quali: come scrivere un curriculum, come affrontare un colloquio di selezione, come sviluppare competenze trasversali, ecc;
- d) 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;

e) tirocini extracurriculari – l'Ufficio si occupa delle procedure inerenti l'attivazione dei tirocini extracurriculari che i laureati, i dottori di ricerca o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero. Nel biennio 2024-25 l'Ufficio si occuperà inoltre dell'attivazione di tirocini extracurriculari presso le cancellerie degli Uffici Giudiziari della Regione Marche, di cui all'Avviso Pubblico emanato con Decreto del Dirigente del Settore Servizi per l'Impiego e Politiche del Lavoro n.709 - PR Marche FSE+ 2021/2027 Asse Occupazione, OS 4.a (5) - Campo di intervento 134;

f) 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 e aspettative e confrontarsi con le esigenze di imprese e mondo del lavoro; le tematiche affrontate sono le seguenti:

1. come affrontare un colloquio di lavoro;
2. storytelling e public speaking;
3. personal branding e web reputation;
4. quali sbocchi in azienda per i vari tipi di laurea;
5. quali sono le professioni emergenti;
6. come sta cambiando il mondo del lavoro;
7. sperimentare il lavoro in team;
8. negoziazione e leadership;
9. fiscalità e norme dei contratti di lavoro.

g) Entrepreneurial Minds - percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e delle studentesse, dei laureati e delle laureate 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. I partecipanti vengono coinvolti nell'elaborazione di un'idea di impresa/business/policy, lavorando in gruppi multidisciplinari. L'idea di business viene arricchita ed alimentata durante il percorso formativo, per essere poi presentata e discussa alla conclusione del corso.

h) Job Talks - coordinamento di iniziative laboratoriali, sviluppate in collaborazione con i Dipartimenti, incentrate sui temi delle competenze trasversali, con testimonianze di referenti aziendali e di responsabili delle risorse umane. Gli obiettivi dei Job Talks interattivi sono molteplici: evidenziare le competenze per il lavoro del futuro, offrire tecniche di presentazione efficace nel mondo del lavoro e illustrare le attuali metodiche di reclutamento assistite dall'intelligenza artificiale.

i) Career Service - sviluppo di un nuovo career service, nell'ambito dell'ufficio Ilo e Placement, funzionale alla crescita del dialogo con imprese e istituzioni per offrire agli studenti e alle studentesse, nella fase di costruzione della propria carriera, strumenti di sviluppo di competenze trasversali, di valorizzazione delle capacità individuali e di supporto a una costruttiva conciliazione delle prospettive professionali con il benessere personale.

Iniziative del corso di studio L-20

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:

- 27/11/2023 – 04/12/2023: Hackathon durante il corso di Informatica per la comunicazione (Prof. Frontoni). Aziende partecipanti: Esserci, Il Faro, The Way, Skilla, Med Innovation, JEF, Grottini Lab

- 25/11/2024: "SEO e visibilità online ai tempi di ChatGPT". Relatori: Gianpiero Spelozzo (SEO e Content Manager – GetResponse). Introduce e modera il professor Giacomo GISTRI;

- 21/03/2024: Luxury Innovation Symposium: Trend e scenari d'innovazione nel mondo moda: Pomotori: Prof. Frontoni e Prof.ssa Paolanti. Aziende partecipanti: HUGO BOSS Shoes & Accessories Spa, Paima Spa, Prada Spa, Tod's Spa, Valentino Sporting Shoes Srl, BOOST Spa, Aeffe Spa, Etigroup Spa e altre aziende.

Descrizione link: servizio placement

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



17/05/2024

Nel corso dell'anno accademico 2023/24, 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 i seguenti seminari, workshop, convegni organizzati da docenti del corso di laurea che hanno previsto il coinvolgimento di ricercatori e studiosi italiani e stranieri:

- 18/04/2024-24/05/2024: Laboratorio Trasformazione Digitale, organizzato dalle Proff. Benedetta Giovanola, Marina Paolanti e Simona Tiribelli. Il laboratorio sulla transizione digitale ha l'obiettivo di offrire agli studenti un percorso formativo innovativo, interdisciplinare e intersettoriale sul tema per fornire le competenze necessarie per affrontare le sfide del digitale e dell'intelligenza artificiale.
- 25/03/2024 - 07/05/2024: ciclo di seminari dedicati alla storia contemporanea. Di seguito il dettaglio dei seminari:
- 25/03/2024: seminario su "Cospirazioni, complotti e l'avvento dell'apocalisse: dal passato a oggi". Relatori: Fabio Dei (Università di Pisa), Mario Del Pero (Centre d'Histoire, Sciences Po, Parigi), Lorenzo Urbano (La Sapienza Università di Roma), Martino Rossi Monti (Università di Zagabria), Alessia Fusilli De Camillis (Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara), Angelo Ventrone (UniMC);
- 08/04/2024: Presentazione di due volumi, "Storia della Democrazia cristiana 1943-1993" di Guido Formigoni, Paolo Pombeni, Giorgio Vecchio (il Mulino, 2023) e "Sorvegliata speciale. Le reti di condizionamento della Prima repubblica" di Enzo Scotti (Rubbettino, 2023). Ne discutono con Angelo Ventrone e Alessandro Forlani gli Autori Guido Formigoni, Università cattolica del Sacro Cuore, Milano, Enzo Scotti, già Ministro della Repubblica Italiana;
- 09/04/2024: incontro Autori e narrazioni della Strategia della tensione: l'esperienza de "Il buco nero". Relatori Flavio Tranquillo, giornalista, prof. Angelo Ventrone;
- 15/04/2024: seminario "La galassia stragista: destra eversiva, apparati dello Stato, attori internazionali, criminalità organizzata e logge massoniche deviate". Relatori: Paolo Bolognesi, Presidente Associazione familiari delle vittime della strage di Bologna; Piera Amendola, già Responsabile dell'Archivio della Commissione parlamentare sulla P2; Andrea Speranzoni, Avv. difensore delle vittime della strage del 2 agosto 1980;
- 23/04/2024: incontro "La Strategia della tensione: verità storica e verità giudiziaria". Relatori: Francesco Maria Caruso, già Presidente del Tribunale di Bologna, prof. Angelo Ventrone;
- 29/04/2024: Presentazione del volume "Nessuna pietà: Andreotti, Cossiga e la linea della fermezza" di Antonio Cornacchia, Generale dei Carabinieri (Curcio, 2023). Ne discute l'Autore con Angelo Ventrone;
- 07/04/2024: incontro "Terrorismo di destra e di sinistra giustizia e verità". Relatori: Guido Salvini, già magistrato presso il Tribunale di Milano dialoga con Angelo Ventrone;
- 11/03/2024- 04/04/2024: laboratorio didattico "Diversity And Inclusion Management". Il laboratorio è volto a fornire competenze teoriche e pratiche nelle varie aree della gestione delle differenze all'interno delle organizzazioni. Le lezioni del laboratorio sono tenute da Nicolò Ingarrà, Natascia Mattucci, e Alessio Panaggio;
- Dal 17/02/2024 al 14/05/2024: Laboratorio permanente di Mass media e Politica che si propone di fornire gli strumenti critici per analizzare la comunicazione istituzionale ed extraistituzionale, fornire una mappa delle fonti primarie da cui attingere informazioni, fornire gli strumenti per scrivere ed analizzare un testo su tematiche politiche e fornire strumenti per progettare un blog su tematiche politiche; organizzato dai Proff. Luca Lanzalaco e Selena Grimaldi;
- 15/03/2024 - 04/05/2024: "Corso Genere, Politica, 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:
- 15/03/2024: seminario "Intraprendere gli studi di genere oggi in Italia", relatrice: Francesca Romana Recchia Luciani (università di Bari); seminario "Genere e politica: comprendere la leadership", relatrice Natascia Mattucci, (Università di Macerata);

- 16/03/2024: seminario "Diritto e diritti delle donne: Neutralità della norma e analisi di genere", relatrice: Ines Corti (Università di Macerata); seminario "Al cuore della nazione americana: dal Black Feminism all'intersezionalità", relatrice: Paola Persano (Università di Macerata);
- 22/03/2024: seminario "Vulnerabilità e intersezionalità, un framework per la giustizia riparativa. La giurisprudenza IACHR", relatore: Alessio Panaggio (Università di Bari); seminario "Parità di genere e partecipazione democratica nell'accademia italiana. Politiche, pratiche e persone", relatrice: Carmela Guarascio (Università di Macerata);
- 23/03/2024: seminario "Tra vita pubblica e vita privata: come l'accesso per le donne alla politica nelle istituzioni rappresentative regionali continui ad essere difficile", relatrice: Selena Grimaldi (Università di Macerata); seminario "Stupri di guerra: la voce delle donne. Percorsi letterari", relatrice: Carla Carotenuto (Università di Macerata);
- 05/04/2024: seminario "L'infantilismo violento: riflessioni scomode sul maschile", relatore: Cristiano Maria Bellei (Università di Urbino, Carlo Bo); seminario "Donne pubbliche. La prostituzione tra fascismo e repubblica", relatrici: Annalisa Cegna (Università di Macerata), Liliosa Azara (Università di Roma Tre);
- 06/04/2024: seminario "Dallo harim alle piazze: percorsi di emancipazione femminile nel mondo arabo", relatrice: Mariangela Masullo (Università di Macerata); seminario "Le violenze contro le donne basate sul genere: la violenza sessuale e gli strumenti giuridici di contrasto", relatrice: Milli Virgilio (Università di Bologna);
- 12/04/2024: seminario "Anna Kuliscioff: medicina, politica e diritti delle donne", relatore: Thomas Casadei (Università di Modena e Reggio Emilia); seminario "Uguaglianza e rappresentanza politica", relatrice: Anna Lorenzetti (Università di Bergamo);
- 13/04/2024: seminario "La sfida climatica è una questione di genere? Prospettive eco-femministe", relatrice: Arianna Porrone (Fondazione Cariplo); seminario "Diritto e famiglie arcobaleno", relatore: Vincenzo Miri (Foro di Roma, Rete Lenford);
- 19/04/2024: seminario "Autoritarismo ed eterosessismo benevolo", relatore: Vincenzo Bochicchio (Università della Calabria); seminario "Strumenti di rendicontazione di genere come motori di cambiamento nelle istituzioni", relatrice: Tindara Addabbo (Università di Modena e Reggio Emilia);
- 20/04/2024: seminario "La sfida della migrazione climatica: una questione di giustizia di genere", relatrice: Susana Borrás (Universidad Rovira i Virgili); seminario "I linguaggi d'odio e la rappresentazione della violenza", relatrice: Julia Ponzo (Università di Bari);
- 03/05/2024: seminario "Uno sguardo intersezionale nelle metamorfosi del lavoro: tra mutamento di diritti, politiche e intermediazione", relatore: Nicolò Maria Ingarra (Università di Macerata); seminario "Il sistema di presa in carico della donna vittima di violenza: sostegno e lavoro sul trauma", relatrici: Valeria Pasqualini (Ambito Territoriale Sociale N.15), Margherita Carlini (Psicoterapeuta e Criminologa Forense)
- 04/05/2024: seminario "Genere e destra radicale populista", relatrice: Alessia Donà (Università di Trento); seminario "Oltre l'inetto: la rappresentazione della mascolinità nel cinema italiano del secondo dopoguerra", relatore: Federico Zecca (Università di Bari);
- 10/05/2024: seminario "I nostri corpi, i loro campi di battaglia: quando lo stupro diventa un'arma di guerra", relatrice: Lucia Botti (Università di Macerata); seminario "Riparazioni per violenze sessuali nei conflitti armati: una prospettiva di diritto internazionale", relatrice: Rachele Marconi (Università di Cagliari);
- 11/05/2024: seminario "Violenza e discriminazione contro le persone LGBTQI+: nodi concettuali e costruzione di indicatori", relatore: Luca Trappolin (Università di Padova); seminario "Dalla salute all'autodeterminazione: la normativa sull'aborto in Italia e in Spagna", relatrici: Ines Corti (Università di Macerata), Alicia Rivas Vañó (Università Pablo de Olavide);
- 24/05/2024 giornata conclusiva a cura di: Barbara Pezzini (Università di Bergamo).
- Marzo - maggio 2024: Laboratorio "Entrepreneurial Mind". Il Laboratorio propone un percorso formativo interdisciplinare con l'obiettivo di stimolare la competenza imprenditoriale e preparare gli studenti alla creazione d'impresa (<https://new.unimc.it/it/lavoro-territorio/laboratorio-entrepreneurial-minds>).
- 04/12/2024 - 27/06/2024: "Laboratorio teatrale Unimc". Laboratorio aperto a tutti gli studenti, volto a offrire un percorso formativo per sviluppare leadership e teamworking attraverso il teatro (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/laboratorio-teatrale.-open-day-e-adesioni-online>);
- 23/11/2023: "La Morte di Giulia Cecchettin e la Violenza di Genere". Evento volto a offrire un momento di riflessione sul tema della violenza di genere, in occasione della celebrazione della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/la-morte-di-giulia-cecchettin-e-la-violenza-di-genere>);
- 06-08/11/2024: reopening ceremony. Di seguito il dettaglio degli eventi:
- 06/11/2024: Lectio Magistralis della Presidente della Corte Costituzionale, Prof.ssa Silvana Sciarra;
- 07/11/2024: due eventi, di cui il primo "Intelligenza Artificiale e Società", relatori Luca di Camillo, Luxottica - Carlo De Santis, Lega del Filo d'Oro - Marcello Naldini, IL Faro Sociale - Paola Marchegiani, Regione Marche - Andrea

Compagnucci, Arena di Verona - Luca D'Aprile, il Fatto Quotidiano; il secondo evento "Scenari Sociali nell'Era dell'Intelligenza Artificiale", tavola rotonda aperta alla cittadinanza, modera: Lorenzo Luzi, Giornalista RAI, relatori: Angelo Ventrone, Direttore SPOCRI, Cristina Fabi, GOOGLE, Paolo Misericordia, FIMMG (Federazione Italiana Medici di Medicina Generale), Diego Mazza, Gruppo TOD'S;

- 08/11/2024: attività laboratoriali dedicate a studenti e studentesse di istituti medi superiori;

- Novembre 2023 - marzo 2024: Corso di perfezionamento interuniversitario in 'Etica, Diritto, Tecnologie del Digitale'.

Dimensioni del rischio nell'Intelligenza Artificiale', patrocinato da Microsoft, volto a formare studenti e figure professionali dotate di un solido bagaglio di conoscenze tecnologiche, etiche e giuridiche capaci di supportare le imprese e gli enti pubblici e istituzionali nel design, nello sviluppo e nella gestione degli strumenti digitali, nonché nella promozione dell'educazione digitale;

- 06/10/2023-28/10/2023: corsi di formazione "Lifeaddicted" rivolto a studenti/studentesse Unimc. Di seguito gli eventi:

- 06/10/2023: "UniMc per la prevenzione e la co-costruzione del benessere", relatori Natascia Mattucci, Alessio Panaggio e Nicolò Maria Ingarra;

- 20/10/2023, "Alcolismo, tossicodipendenze ed effetti sulla persona: stress e strategie di coping", relatrice Ramona Bongelli;

- 20/10/2023: "La gestione del post traumatico da stress" relatore Michele Marconi;

- 26/10/2023 "La giustizia riparativa: aspetti etici" relatore Roberto Mancini

- 27/10/2023, "Comunicazione nelle relazioni interpersonali" relatrice Veronica Guardabassi;

- 27/10/2023, "La comunicazione giornalistica", relatrice Alessandra Pierini (Cronache Maceratesi);

- 28/10/2023: "La giustizia riparativa: aspetti psico-sociali", relatrice Patrizia Patrizi (Uniss);

13/10/2023-01/12/2023. ciclo di seminari teorico-pratico "Coach di me stesso". Di seguito il dettaglio dei seminari:

- 13/10/2023: "Unicità, Valore e Relazioni", con Alessandro Dargenio (life coach);

- 10/11/2023: "Bisogni Umani, Espressione di Sé e Relazioni", con Alessandro Dargenio (life coach);

- 01/12/2023: "Valori Personali, Crescita e Realizzazione", con Alessandro Dargenio (life coach);

29/09/2023: due eventi in occasione della notte europea dei ricercatori. Di seguito i dettagli degli eventi:

- evento "Creatività e AI generativa", relatori Fabio Clementi, Emanuele Frontoni, Benedetta Giovanola, Sofia Pansoni, Giorgia Melchiorri, Agnese Perfetti;

- evento "Il rovescio del canone Immaginario femminili, sguardo sul presente e visioni del futuro. Relatrici: Sabrina Varani (direttrice della fotografia e regista, autrice del DOCUfilm), Paola Persano (docente SPOCRI, UniMC)

- 23-24/04/2024: due seminari "Introduction to Political Psychology" (data: 23.04.2024) e "Psychology of Nationalism and Fascism" (data: 24.04.2024). Introducono: Prof.ssa Arianna Fermani e Prof.ssa Ramona Bongelli; Relatore: Prof.ssa Özlem Özdeşim Subay (Università di Pamukkale), presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

- 19/04/2024: seminario dal titolo "Un voto per l'Europa, un voto all'Europa", promosso dal Prof. Ronald Car; con la partecipazione dei Prof. Enzo Valentini e Andrea Prontera (UNIMC), della Dott.ssa Wildad Tamini (scrittrice, La Repubblica), dei Prof. Edoardo Novelli (UNIROMA TRE), Federico Casolari (UNIBO), Sandro Guerrieri (UNIROMA La Sapienza); Angelo Ventrone (UNIMC), e delle Prof.sse Raffaella Niro, Laura Salvadego e Paola Persano (UNIMC), presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

- 27/03/2024: Seminario dal titolo "Artificial Intelligence, Ethics, and Sustainability", dedicato all'analisi del ruolo dei sistemi di intelligenza artificiale rispetto alle pratiche di sostenibilità nelle piattaforme digitali; Relatori: Dott.ssa Simona Tiribelli (UNIMC), Dott.ssa Lucia Migliorelli (UNIVPM) presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

- 6-7/12/2023: Seminario dal titolo "Dalla comunità all'individuo. Mortalità, fine vita e morte" dedicato ai temi della mortalità, della tecnica e della dignità umana; relatori: Prof.sse Jessica Piccinini e Natascia Mattucci (UNIMC) e Daniela Marchiandi (UNITO); Dott. Nicolò Maria Ingarra, Prof. Erasmo Storance (UNI INSUBRIA) ed Enrico Graziani (UNIROMA La Sapienza), UNIMC.

- 17/11/2023: Seminario "Strategie di intrattenimento tra storytelling e campagne di marketing", organizzato dal Prof. Giacomo Gistri; Relatori: Prof. Giacomo Gistri; Dott.ssa Sara Maccari; Stefano Calcagni (Head of Marketing Strategies, Nintendo Italy), Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

- Da novembre 2023 ad aprile 2024: ciclo di seminari promossi dalla Scuola di Studi Superiori "Giacomo Leopardi" sul tema "Trasformazioni della contemporaneità. Tra spinte e resistenze" e "Vita, Natura e Artificio". Nello specifico:

- "Immaginare il futuro: la fantascienza tra letteratura e cinema", Prof. Tarkovskij Andrej A. (Regista), 17-18 novembre 2023, UNIMC;

- "Noi e il nostro cervello", Prof. Pietrini Pietro, IMT Alti Studi Lucca, 15-16 novembre 2023, UNIMC;

- "Noi, l'etica e le macchine", Prof. De Caro Mario, Università Roma 3, 21-22 febbraio 2024;

- "Naturale e artificiale", Prof. Boncinelli Edoardo, Ex Direttore della Scuola internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, 26-1° marzo 2024, UNIMC;

- "Intelligenza artificiale e diritti fondamentali", Prof.ssa Adinolfi Adelina, Prof. Longo Erik, Università di Firenze 22-23 aprile 2024, UNIMC;
- "Innovazione, sostenibilità, solidarietà: il welfare in trasformazione", Prof.ssa Maino Franca, Università di Milano 16 ottobre 2023, UNIMC;
- "Diritto dei cambiamenti climatici", Prof. Giordano Andrea Consigliere, Ministero dell'ambiente 3-4 novembre 2023, UNIMC,
- "Formazione e sviluppo del lavoratore nella società delle macchine intelligenti", Prof. Costa Massimiliano, Università di Venezia 24 novembre 2023, UNIMC;
- "Comunità e artefatti: l'analisi di rete per esplorare la scienza e l'economia", Prof. Baccini Alberto, Università di Siena 7-8 marzo 2024, UNIMC;
- "Technology as a political question ancient and modern views", Prof. Iribarren Leopoldo, EHESS Parigi, 25-26 ottobre 2023, UNIMC;
- "I classici e l'Antropocene: la letteratura contemporanea e la crisi ambientale", Prof. Bassi Shaul, Università Ca' Foscari Venezia, 12-13-14 marzo 2024, UNIMC;
- "Vivere tra "natura" e "cultura" nell'età cibernetico-digitale. Il ruolo del pensiero critico", Prof.ssa Henry Barbara, Scuola Superiore Sant'Anna, 18-19 aprile 2024, UNIMC.
- 14-16/11/2023: Ciclo di seminari sul tema "Universality of Human Rights" nell'ambito della XI edizione dell'Alberico Gentili Lecturers. Titoli: "Universalism and Relativism of Human Rights: History and Present Challenges" (14.11.2023), "the Role of Theories of Sovereignty, Consensus, Margin of Appreciation, and Subsidiarity in the Interpretation of Human Rights" (15.11.2023) e "Judicial Interaction in the Enforcement of Human Rights on International, Regional and National Level" (16.11.2023), relatore: PÉTER PACZOLAY, GIUDICE DELLA CORTE EUROPEA DEI DIRITTI DELL'UOMO DI STRASBURGO, UNIMC.
- Da dicembre 2023 a maggio 2024: Laboratorio "La formazione umanistica in ambito aziendale". Il laboratorio, promosso da UNIMC e ISTAO (Istituto Adriano Olivetti), Scuola di formazione manageriale, offre un percorso di formazione articolato in sei incontri per riflettere insieme a esperti, manager e professionisti sulle strategie per avvicinarsi con successo al mondo del lavoro: "Saper raccontarsi e raccontare: storytelling (voce, scrittura) e public speaking", MARTA MONGIORGI (FORMATRICE/TRAINER DI COMUNICAZIONE), 14 dicembre 2023; "Comunicazione digitale consapevole: web reputation e personal branding", MARTA MONGIORGI, 18 gennaio 2024; "Quali lauree, quali competenze e per quali ruoli nell'attuale mondo del lavoro", ILARIA MARZIONI (RAINBOW); "Strumenti per entrare e crescere nel mondo del lavoro: il bilancio delle competenze", ELISABETTA SALVATI (AFORISMA), 14 marzo 2024; "Gestione delle relazioni e contestualizzazione: la negoziazione, il team, la leadership", SABRINA DUBBINI (ISTAO), 11 aprile 2024; "Contratti di lavoro: cosa è utile sapere in tema di norme e fiscalità", MARISA ABBATANTUONI (ABBATANTUONI & PARTNERS), 16 maggio 2024, UNIMC.
- 16-17/10/2023: Due seminari sui temi "Turkish democracy from a legal perspective" e "Turkish policy about the Russian invasion of Ukraine", tenuti dal professore Ozhan Hancilar dell'Università di Pamukkale, Dipartimento SPOCRI, UNIMC.
- Da ottobre 2023 a dicembre 2023: Ciclo seminari sul tema "Razzismo e antirazzismo in Italia. Passato, memoria e presente", UNIMC, articolato nelle seguenti date.
- 24 ottobre: Udo ENWEREUZOR, "Razzismo in Italia: dalla negazione al riconoscimento. Quali prospettive di contrasto?";
- 7 novembre: Matteo PETRACCI "Partisans, Partizani, Partisaanka. Il Battaglione Mario: storia di un'esperienza di Resistenza transnazionale";
- 14 novembre: Eva RIZZIN, "Antiziganismo contemporaneo: simboli, pratiche, effetti";
- 21 novembre: Francesca DE ROSA, "Attraversare l'Atlantico: femminismi Neri in Italia tra complicità e riappropriazione";
- 5 dicembre: Michele SARFATTI "La persecuzione antiebraica dell'Italia fascista e la sua attuazione nelle università".
- Da ottobre 2023 a novembre 2023: Ciclo di seminari sul tema "Il marketing del Metaverso", tenuti da Eliano Omar Lodesani, Fondatore di Formules e Presidente di Intesa Sanpaolo Reoco S.p.a., presso UNIMC. Date e tematiche affrontate: 18 ottobre "Realtà e percezione" e "Metaverso e realtà"; 25 ottobre "Che cos'è il metaverso" e "L'evoluzione del mondo metaversico"; 15 novembre "Go-to-metaverse: casi applicativi dal punto di vista strategico" e "Passeggiata nei metaversi. Analisi delle caratteristiche delle piattaforme esistenti"; 22 novembre: "Come si costruisce un metaverso. framework, progettazione e analisi KPIs" e "Come si costruisce un metaverso. Workflow e nuove figure professionali"; 29 novembre "Metaverso per l'Università di Macerata? Workshop" e "Perché e come il metaverso cambierà il mondo", UNIMC.



22/09/2023

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.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Analisi rilevazione opinioni studenti 2022-23



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

22/09/2023

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%).

Pdf inserito: [visualizza](#)

