



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1610896</i>)
Nome del corso in inglese	Communication
Classe	L-20 R - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione
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.	BUONCOMPAGNI	Giacomo	RD	1
4.	CAR	Ronald	PA	1
5.	CEGOLON	Andrea	PA	1
6.	FRONTONI	Emanuele	PO	1
7.	GISTRÌ	Giacomo	PO	1
8.	VENTRONE	Angelo	PO	1
9.	ZANIER	Maria Letizia	PA	1

Rappresentanti Studenti	Simonelli Chavarria Flores Alexander Rodrigo a.simonellichavar@studenti.unimc.it
Gruppo di gestione AQ	ALESSIA BERTOLAZZI RAMONA BONGELLI GIACOMO BUONCOMPAGNI RONALD CAR ROBERTA CATENA GIACOMO GISTRÌ ALEXANDER RODRIGO SIMONELLI CHAVARRIA FLORES
Tutor	Ramona BONGELLI Andrea CEGOLON Alessia BERTOLAZZI Giacomo GISTRÌ Maria Letizia ZANIER Giacomo BUONCOMPAGNI Emanuele FRONTONI



Il Corso di Studio in breve

16/05/2025

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: <https://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione>



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)

20/06/2025



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 con cadenza annuale degli stakeholder rappresentativi dei principali ambiti di attività nel campo della comunicazione pubblica e di impresa, delle relazioni pubbliche, dei media, del giornalismo e dell'industria culturale, su base regionale, nazionale e internazionale. Le consultazioni coinvolgono sia i componenti del Comitato di Indirizzo Permanente, sia altri portatori di interesse. 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) approfondimento documentale periodico riguardo all'efficacia del progetto formativo e dei profili culturali in uscita, focalizzato su studi di settore e analisi di benchmark di altri corsi di studi della stessa classe. L'approfondimento documentale è finalizzato a: i) 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; ii) approfondire e fornire elementi in merito alle effettive potenzialità occupazionali dei laureati del CdS.

In particolare, per l'anno accademico 2024/2025, sono state intraprese le iniziative elencate di seguito (per approfondimenti, si rimanda al file allegato 'Verbali e documenti consultazioni L-20').

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 rappresentanti 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 rappresentanti. 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.

Inoltre, il giorno 09.10.2024 è stato convocato il Comitato di indirizzo permanente del corso L-20 in cui sono stati discussi gli adeguamenti del corso al D.M. 1648. In particolare, il corso ha effettuato alcuni adeguamenti tabellari "in modalità semplificata" nella sezione F della Scheda SUA-CdS, senza modificare le parti testuali, in quanto gli obiettivi e la parte tabellare del corso non richiedono modifiche sostanziali per allinearsi al D.M.

Nel 2025 è prevista una nuova consultazione nel mese di novembre.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali e documenti consultazioni L-20



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

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

funzione in un contesto di lavoro:

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

competenze associate alla funzione:

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

sbocchi occupazionali:

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

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

funzione in un contesto di lavoro:

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

competenze associate alla funzione:

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

sbocchi occupazionali:

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



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

20/06/2025

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://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione/come-iscrivarsi>

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.

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>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-mediatica e culturale nelle loro manifestazioni sia classiche sia digitalizzate/informatizzate/di ultima generazione.</p> <p>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.</p>	
<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	<p>Il CdS L-20, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione rivolta all'acquisizione di capacità operative. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi e alla redazione di differenti prodotti testuali.</p> <p>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.</p> <p>Gli strumenti di verifica della capacità di applicare la conoscenza e la comprensione consisteranno nella realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo,</p>	

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

▶ QUADRO A4.b.2

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

Area Economico-Aziendale e Giuridica

Conoscenza e comprensione

Sul piano giuridico, il percorso formativo 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](#)

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](#)

FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO [url](#)

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

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](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI [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 LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" [url](#)

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

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

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

SEMIOTICA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE [url](#)



Autonomia di giudizio	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	
Abilità comunicative	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	

<p>Capacità di apprendimento</p>	<p>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.</p> <p>Lo sviluppo di capacità di apprendimento autonomo è conseguito attraverso la partecipazione attiva agli insegnamenti curricolari, 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.</p> <p>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.</p>	
---	--	--

 **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).



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

23/02/2017

La prova finale (ai sensi dell'art. 7 del Regolamento didattico del corso di studio in scienze della comunicazione, classe L-20) consiste nella stesura di una dissertazione della lunghezza massima di 50 cartelle, il cui contenuto è concordato con uno dei docenti del CdS. 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.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

21/05/2025

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: <https://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione/studiare/esame-laurea#esame-finale>



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piani di studi cl. L-20 curricula CI e CM a.a. 2025-2026 - Il Regolamento didattico della cl. L-20 è in fase di approvazione da parte degli organi d'Ateneo

Link: <https://www.unimc.it/it/ateneo/normativa/regolamenti-di-ateneo/regolamenti-cds-spocri/regolamento-corsi-scienze-politiche>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

https://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/calendario-didattico/all.5.pdf

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

https://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/calendario-didattico/all.5.pdf

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

https://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/calendario-didattico/all.5.pdf

▶ 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.	SPS/04	Anno	COMUNICAZIONE E	GRIMALDI	RD	8	40	

		di corso 1	LINGUAGGIO POLITICO link	SELENA				
2.	SPS/12	Anno di corso 1	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link	ZANIER MARIA LETIZIA	PA	8	40	
3.	IUS/08	Anno di corso 1	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link	CALZOLAIO SIMONE	PA	6	30	
4.	M- FIL/04	Anno di corso 1	ESTETICA link			8	40	
5.	M- FIL/03	Anno di corso 1	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link	TIRIBELLI SIMONA	RD	8	40	
6.	SECS- P/02	Anno di corso 1	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link			8	60	
7.	M- PED/01	Anno di corso 1	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link	CEGOLON ANDREA	PA	8	40	
8.	M- PED/01	Anno di corso 1	FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO link	CEGOLON ANDREA	PA	8	60	
9.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 1	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	8	40	
10.	ING- INF/05	Anno di corso 1	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE link	FRONTONI EMANUELE	PO	9	60	
11.	IUS/09	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO link	CALZOLAIO SIMONE	PA	8	40	
12.	SECS- P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING link			4	20	

13.	SECS-P/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DESIGN E COMUNICAZIONE NELLA CREAZIONE DEL VALORE link			4	20	
14.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link			4	20	
15.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link			4	20	
16.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MUSICA E SOUND PER IL CINEMA, LA RADIO E LA TELEVISIONE link			4	20	
17.	M-PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	PA	4	20	
18.	ING-INF/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB DESIGN link	PAOLANTI MARINA	PA	4	20	
19.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	4	20	
20.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link			4	20	
21.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LABORATORIO RECUPERO OFA SU COMPrensIONE DEL TESTO E RAGIONAMENTO LOGICO link			0		
22.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO: FARE GIORNALISMO. ARCHITETTURE, TECNICHE, LINGUAGGI DI UNA PROFESSIONE link			4	20	
23.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE link			8	40	
24.	L-FIL-LET/10	Anno di	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link			8	40	

		corso 1						
25.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link			8		
26.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE link			8	40	
27.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA link			8		
28.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.B (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link	CHIUSAROLI FRANCESCA	PO	2	10	
29.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING link	GISTRI GIACOMO	PO	8	60	
30.	SPS/07	Anno di corso 1	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link	BERTOLAZZI ALESSIA	PA	8	40	
31.	ING-INF/05	Anno di corso 1	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link	FRONTONI EMANUELE	PO	8	40	
32.	M-PSI/01	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	PA	8	40	
33.	M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA SOCIALE link	FERMANI ALESSANDRA	PO	8	40	
34.	L-ART/06	Anno di corso 1	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI link	MANCINO ANTON GIULIO	PA	8	40	
35.	M-FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link			8	40	

36.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA link	BERTOLAZZI ALESSIA	PA	8	40	
37.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link	BUONCOMPAGNI GIACOMO	RD	8	40	
38.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	BUONCOMPAGNI GIACOMO	RD	8	40	
39.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	VENTRONE ANGELO	PO	8	40	
40.	SPS/03	Anno di corso 1	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link	CAR RONALD	PA	8	40	

▶ 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>

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

Link inserito: <https://biblioteche.unimc.it/it/biblioteche/schede-biblioteche/biblioteca-di-scienze-politiche-sociali-e-della-comunicazione>

L'Ufficio Orientamento dell'Area Offerta Formativa, l'Area Benessere e Welfare e l'Area Servizi per la Comunità Studentesca curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in ingresso in stretta collaborazione con i Dipartimenti. 14/05/2025

Le principali azioni di orientamento in ingresso sono le seguenti.

Orientamento informativo (a cura dell'Area Servizi per la comunità studentesca):

a) Infopoint e Welcome point Matricole - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni generali per la scelta del corso; è attivo tutto l'anno e fornisce (allo sportello, telefonicamente o via ticket) anche supporto operativo allo svolgimento delle procedure di immatricolazione e rinnovo dell'iscrizione;

b) 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) Laboratorio "Soft Skills: le competenze trasversali come bussola 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;

d) Laboratorio Let's TOLC together! - Successo al TOLC: Preparazione Strategica e Pratica. Il laboratorio Let's TOLC Together! è un'opportunità progettata per aiutare gli studenti e le studentesse a prepararsi in modo efficace per questo tipo di test. I partecipanti, dopo una presentazione teorica del TOLC, prederanno parte a delle simulazioni per familiarizzare con il formato e il contenuto specifico del test.

e) Seminari teorico-pratici in chiave di Life Coaching a cura del Life Coach;

f) 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;

g) 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;

h) Progetti POT 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;

i) 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;

j) 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;

k) Festa della matricola – evento ludico realizzato alla fine delle giornate della matricola, per favorire momenti di condivisione e di comunità;

l) 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;

m) Servizio di orientamento in ingresso per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA): servizio di accoglienza e supporto 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:

tutorato specializzato – svolto da professionisti reclutati con apposito bando ogni anno per svolgere attività di supporto allo studio e mediazione con i docenti;

tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti a lezione per la presa di appunti e accompagnamento all'interno delle sedi;

tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o da senior tutor che affiancano gli studenti nello studio;

tecnologie informatiche, testi digitali, materiale didattico in formato accessibile e altri ausili per lo studio, su richiesta specifica.

ATTIVITA' A LIVELLO DI CORSO DI STUDIO

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 2025 per la realizzazione dei corsi di orientamento nell'ambito del progetto sono le seguenti: IIS Einstein-Nebbia Loreto, Liceo Scientifico Galilei Macerata, Liceo Stabili-Trebbiani Ascoli Piceno, Liceo Leopardi Recanati, Liceo Fazzini Mercantini Grottammare - Ripatransone.

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:

Tecnologie e spazi di vita

Potere e Media: la comunicazione oltre le fake news

L'Europa fra Unione e divisioni

Nuove vulnerabilità e politiche di emergenza

I docenti coinvolti sono stati:

Enzo Valentini, docente di politica economica;

Stefano Spalletti, docente di storia del pensiero economico;

Giacomo Buoncompagni, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi;

Selena Grimaldi, docente di scienza politica;

Simona Epasto, docente di geografia economico-politica;

Nataschia Mattucci, docente di filosofia politica;

Marina Paolanti, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione;

Emanuele Frontoni, docente di sistemi di elaborazione dell'informazione;

Benedetta Giovanola, docente di filosofia morale;

Paola Persano, docente di storia delle dottrine politiche;

Andrea Cegolon, Gianmarco Mancosu, Benedetta Barbisan, Fulvio Costantino,

Ronald Car, docente di storia delle istituzioni politiche;

Andrea Prontera, docente di scienza 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.

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



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

L'Ufficio Orientamento e l'Area Benessere e Welfare, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in itinere in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

14/05/2025

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

a) Progetti POT che prevedono tra le proprie azioni le attività di tutorato finalizzate al perseguimento dei seguenti obiettivi: aumento delle iscrizioni e riduzione dei tassi d'abbandono; promozione dell'equilibrio di genere nelle classi dei corsi di studio; 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:

servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor;

seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sulla esperienza di stage;

attività di accompagnamento alla scelta del corso di laurea magistrale.

c) Sistema integrato per il benessere degli studenti - Sportello di ascolto per eventuale indirizzamento ai seguenti servizi:

consulenza orientativa - individuale o di gruppo, per sostenere gli studenti nel momento di difficoltà e per un loro eventuale ri-orientamento;

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);

consulenza psicologica – per sostenere gli studenti nei casi di difficoltà psicologica/esistenziale o fragilità emotiva; corsi di Mindfulness;

servizi territoriali socio-sanitari – per gli studenti che necessitano di un intervento protratto nel tempo e strutturato (rischio suicidio, dipendenze, ecc.).

d) Servizio di orientamento e tutorato in itinere per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA): servizio di accoglienza e supporto 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:
tutorato specializzato – svolto da professionisti reclutati con apposito bando ogni anno per svolgere attività di supporto allo studio e mediazione con i docenti;
tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti a lezione per la presa di appunti e accompagnamento all'interno delle sedi;
tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o da senior tutor che affiancano gli studenti nello studio;
tecnologie informatiche, testi digitali, materiale didattico in f.to accessibile e altri ausili per lo studio, su richiesta specifica;
consulenza orientativa specializzata: 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.

e) Laboratori di promozione e attestazione delle competenze trasversali apprese durante lo svolgimento di attività organizzate da associazioni culturali del territorio, finalizzate allo sviluppo di apprendimenti in ambiti informali e non formali con assegnazione di Open Badge mediante la piattaforma BESTR: Laboratorio Musicultura, Musicultura Festival; Laboratorio Overtime, Overtime Festival; Laboratorio Tipicità, Tipicità Festival; Laboratorio ImprovelsAction, Macerata Jazz.

f) 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.

L'Ufficio Servizi per le lingue (cla.unimc.it) cura la formazione e il perfezionamento delle competenze linguistiche, offrendo in particolare:

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, Lingua inglese: Linguaggio specialistico economico finanziario, Creative writing, Arguing and Discussing in English, English reading and writing skills for professional and academic purposes, Linguaggio politico russo, Traduzione letteraria RU>IT, Spagnolo museale, Spagnolo per il Web, Il tedesco nella comunicazione storico-artistica, Come affrontare la traduzione del testo poetico dal tedesco all'italiano;

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 STUDI

Gli studenti immatricolati del CdS possono usufruire della figura del Senior Tutor del Dipartimento, che svolge attività di orientamento sia in presenza (giorni e orari sono indicati nel Sito del Dipartimento), sia a distanza (recapiti telefoni ed e-mail sono indicati nel Sito del Dipartimento <http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

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



L'Ufficio Offerta formativa e e-learning dell'Area Offerta formativa assiste studenti ed enti ospitanti nelle procedure di attivazione di stage e tirocini curriculari sia in Italia che all'estero, compresi i tirocini svolti in convenzione con la Fondazione CRUI presso strutture ministeriali e ambasciate.

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. Giacomo Buoncompagni 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 studenti e tutor accademici. È il delegato al placement, infatti, ad indirizzare gli studenti verso il tutor accademico dell'area disciplinare pertinente con la proposta di stage. Al delegato, 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/stage-curriculari>

▶ 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 Global Engagement dell'Area Internazionalizzazione e ERUA 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. Fornisce inoltre 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 e ERUA cura le relazioni con gli atenei partner del Programma Erasmus+ ed i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata), 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). Gestisce il programma Erasmus+ e vari programmi di scambio nell'ambito di oltre 400 accordi bilaterali con atenei partner. 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 tutti i continenti e in paesi quali Argentina, Australia, Canada, Cina, Colombia, Giappone, Indonesia, Stati Uniti, Vietnam. Per tutti gli accordi in cui è prevista la mobilità studenti, l'Ufficio coordina la selezione dei beneficiari, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi, e fornisce assistenza prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno; eroga le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi (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.

Iniziative del Corso di Studio

Il corso di studio fornisce informazioni e assistenza in materia di mobilità internazionale attraverso le Delegate Erasmus, le prof.sse Laura Salvadego e Simona Tiribelli (<https://docenti.unimc.it/laura.salvadego>; <https://docenti.unimc.it/simona.tiribelli>), che rappresentano il punto di riferimento per la didattica nell'ambito della mobilità degli studenti in entrata e in uscita per i corsi (da gennaio 2025, la prof.ssa Tiribelli è la delegata Erasmus di riferimento i corsi L-20 e LM-19).

In particolare, le Delegate supportano gli studenti nella definizione del piano di studi, nella valutazione delle equivalenze didattiche — eventualmente in accordo con i docenti delle discipline interessate — e, più in generale, nell'assistenza a tutti gli studenti Erasmus, sia in partenza (outgoing) sia in arrivo (incoming). A tal fine, le Delegate garantiscono la possibilità di un ricevimento settimanale, su richiesta, in presenza o online, dedicato esclusivamente a queste attività. Gli studenti in mobilità possono inoltre ricevere assistenza e documentazione in qualsiasi momento via email.

In occasione della pubblicazione dei bandi di candidatura, il CRI organizza un Erasmus Day. Inoltre, le Delegate Erasmus tengono due incontri all'anno (uno per semestre) rivolti specificamente agli studenti vincitori di una borsa di mobilità Erasmus+, durante i quali vengono fornite indicazioni dettagliate per la predisposizione del Learning Agreement. A tali incontri partecipa anche un membro dell'Ufficio Mobilità Internazionale, per offrire chiarimenti di natura amministrativa. Per il bando ERASMUS 2025-2026 (<https://oldportal1.unimc.it/iro/erasmus+2526/-Home/Erasmus-Home.html>), l'incontro informativo per gli studenti organizzato dall'Ateneo si è svolto il 12/02/2025, alla presenza del Rettore, della Delegata alle Relazioni Internazionali (Prof.ssa Benedetta Barbisan), della Delegata per l'Erasmus e la Mobilità Europea (prof.ssa Emanuela Giacomini), dello staff dell'Ufficio Mobilità Internazionale e dei Delegati Erasmus dei Dipartimenti dell'Università di Macerata (https://spocri.unimc.it/it/site-news/giornata-della-mobilita-internazionale-2025-2026-small-world/image/image_view_fullscreen). Il 16/04/2025 le delegate Erasmus del Dipartimento SPOCRI (Prof.sse Laura Salvadego e Simona Tiribelli) hanno inoltre organizzato e svolto, con la collaborazione di Enrico Ferretti dell'Ufficio Mobilità Internazionale, un ulteriore incontro informativo rivolto ai soli studenti del Dipartimento SPOCRI outgoing nell'a.a. 2025-2026, e specificamente incentrato sulla predisposizione dei learning Agreement (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/eventi/erasmus-studio-outgoing-students-1>).

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extraeuropei

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

Nessun Ateneo



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Le attività di accompagnamento dei laureati al mondo del lavoro vengono gestite dall'Ufficio Placement e Apprendimento permanente dell'Area Valorizzazione delle conoscenze e Impatto sociale. In particolare, sono offerti i seguenti servizi:

a) servizio informazioni su tirocini extracurriculari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;

b) pubblicazione nelle bacheche online "Offerte di impiego" e "Offerte di tirocinio post laurea" delle offerte di impiego/tirocinio provenienti dalle aziende e dagli enti del territorio. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'Ufficio garantisce, in tal caso, supporto per l'attivazione del tirocinio extracurriculare;

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 e consegnare il proprio curriculum. Durante l'evento sono organizzati workshop di formazione focalizzati su:

1. strumenti di inserimento lavorativo (tirocini, apprendistato, praticantato, dottorati, bandi e offerte di mobilità internazionale della Regione Marche, etc.);

2. tematiche quali: consapevolezza delle proprie capacità e potenziale, strumenti per affrontare colloqui di selezione, competenze trasversali sviluppate attraverso la metodologia LEGO® SERIOUS PLAY, ecc;

d) pubblicazione del curriculum - attraverso la piattaforma Almalaurea i/le laureandi/e e i/le laureati/e 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 all'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 2025-26 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. Get your compass – allenamenti di consapevolezza;

2. Comunicazione digitale consapevole;

3. Storytelling e Public speaking;

4. Le lauree, le competenze e i ruoli richiesti nell'attuale mondo del lavoro;

5. Consigli per contratti, nome e fiscalità in entrata nel mondo del lavoro;

g) percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti, dei laureati con particolare riguardo allo sviluppo di competenze trasversali e alla sperimentazione di nuove procedure in grado di sostenere l'autoimprenditorialità e il collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa. 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 – potenziamento dei servizi di career service funzionale alla crescita del dialogo con imprese e istituzioni per offrire agli studenti, nella fase di costruzione della propria carriera, strumenti di sviluppo di competenze trasversali, di valorizzazione delle capacità individuali e di supporto ad una costruttiva conciliazione delle prospettive professionali con il benessere personale. Implementazione e aggiornamento della sezione 'Università, Lavoro e Territorio' del sito istituzionale dell'Ateneo, con l'obiettivo di migliorare la comunicazione e il supporto agli utenti, promuovendo le opportunità di collaborazione con il mondo del lavoro e il territorio locale attraverso un'interfaccia user-friendly e un'organizzazione dei contenuti pensata per garantire un accesso rapido e intuitivo alle informazioni.

ATTIVITA' DEL CORSO DI STUDIO

Nell'ambito del Corso di Studio, si è consolidata la proficua prassi, già avviata da alcuni docenti, di organizzare seminari e incontri mirati all'orientamento verso il mondo del lavoro. Tali iniziative hanno visto la partecipazione attiva di docenti del Corso, accademici provenienti da altri Atenei, figure di spicco del panorama professionale ed ex nostri laureati, stabilmente inseriti nel mondo del lavoro. L'obiettivo primario di questi appuntamenti è stato quello di offrire agli studenti un'occasione preziosa per comprendere, attraverso il dialogo diretto con docenti e stakeholder, la stretta connessione tra i percorsi formativi e le concrete esigenze del mercato del lavoro, permettendo loro di toccare con mano le dinamiche professionali.

Tra le numerose iniziative organizzate, si segnalano in particolare:

- 27/11/2024 – 04/12/2024: Hackathon durante il corso di "Informatica per la comunicazione". Aziende partecipanti: Il Faro, Med Innovations, JEF Digital Innovation, Giaia, The Way, VRAI – Vision Robotics. Promotore: Prof. Emanuele Frontoni;
- 28/11/2024: Per il laboratorio di "Public speaking e comunicazione efficace", seminario: "L'utilizzo della voce e del corpo nel public speaking". M. Storani, (Voice Actor & Content Manager), presso Osservatorio Digital Innovation. Promotore: Prof. Andrea Cegolon;
- 21/03/2025: Per il corso di "Formazione e sviluppo delle risorse umane", seminario: "Mercato del lavoro e ruolo delle soft skills nei processi di assunzione". Relatori: Cinzia Pierelli (People Advisor Marche | Adecco); Laura Farotto (Direttore di filiale | Adecco Macerata), Ramona Testasecca (Responsabile selezione e Servizio Formazione e sviluppo delle risorse umane | Adecco Macerata). Promotore: Prof. Andrea Cegolon;
- 04/03/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Intelligenza Artificiale e Design dell'Informazione", P. Ciuccarelli (Northeastern University Boston, US). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 17/03/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale e Sicurezza Cibernetica", I. Macri (Corte Costituzionale), S. Calzolaio (UniMC). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 03/04/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Etica della Trasformazione Digitale e dell'IA" (in collaborazione con GAIA Srl). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 08/04/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale, IA, Salute", M.C. Di Cosmo (Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 14/04/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale e Neural Rendering", E. Balloni (Visiting Harvard Medical School, Cambridge, US). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 15/04/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale, IA, XR", P. Cascarano (Università di Bologna). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 07/04/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale e Generative AI", Stefano Stinchi (Direttore Divisione Enterprise Microsoft Italia). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola;
- 08/05/2025: Per il Laboratorio di "Trasformazione Digitale" - Seminario: "Trasformazione Digitale, IA, Risorse Umane", Sebastiano Caliò (Senior Data Scientist, Adecco), Laura Farotto (Branch Manager, Adecco). Promotrice: Prof.ssa Benedetta Giovanola.

Descrizione link: servizio placement

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



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Nel corso dell'anno accademico 2024/25, 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 le iniziative formative di carattere culturale si segnalano i seguenti eventi, seminari, workshop, convegni organizzati da docenti del corso di laurea che hanno previsto il coinvolgimento di ricercatori e studiosi italiani e stranieri:

30 settembre – 6 dicembre 2024. Corso di Scrittura narrativa. Un corso per costruire insieme una storia e per scriverla bene.

8 ottobre 2024 evento con crediti: Guerre di oggi: il ruolo di social media, informazione e Intelligenza Artificiale: incontro al

20/06/2025

quale intervengono esponenti del mondo dei media ed esperti di settore

9 ottobre evento con crediti: ospite Paolo Mieli, giornalista, saggista, conduttore televisivo, opinionista che, nell'occasione, presenterà il suo volume FIAMME DAL PASSATO. Dalle braci del Novecento alle guerre di oggi (Rizzoli, 2024)

15-17 ottobre 2024: ciclo di seminari tenuti dalla prof.ssa Anna Kobierecka dell'Università di Łódzki nell'ambito del Programma Erasmus+. Di seguito i titoli degli interventi:

15/10/2024: Public diplomacy in action

16/10/2024: Public diplomacy in non-democratic regimes / Health diplomacy as a new method of winning hearts and minds

17/10/2024: Health diplomacy as a new method of winning hearts and minds

23 ottobre 2024 - 9 maggio 2025: ciclo di seminari promossi dalla Scuola di Studi Superiori "Giacomo Leopardi" per l'a.a. 2024/25, nell'ambito del tema annuale "Poteri, Sovranità, conflitti". Di seguito i titoli degli interventi suddiviso per tipologia di seminario:

Sfide globali e sovranismi: Le nuove frontiere delle indagini su ambiente e salute Prof. Paolo Vineis – MRC Centre for Environment and Health / Imperial College London / Consiglio Superiore Sanità 13-14 novembre 2024

Guerra. Il reale e la sua trasfigurazione: un conflitto circolare Dott. Daniele Gaglianone – Regista 26-27 novembre 2024

La negoziazione in contesti di emergenza e crisi umanitaria Dott.ssa Francesca Dell'Acqua – Strategia International – London / ISPI Istituto Studi di Politica Internazionale 26-27 febbraio

Tra potere della tecnologia e sfide sociali. Cosa fa il design? Prof. Paolo Ciuccarelli – Direttore del Center for Design – Northeastern University – Boston / Politecnico di Milano 4-5 marzo 2025

The Importance of Power, Conflict and Group Behaviour in Economics: A Critical Perspective Prof. Mario Seccareccia – University of Ottawa 23-24-25 ottobre 2024

L'uso della forza nel diritto internazionale e il ruolo delle Nazioni Unite per il mantenimento della pace Prof. Ugo Villani - Università di Bari 20-21-22 novembre

La Restorative Justice: il potere di disfare ingiustizia Prof.ssa Patrizia Patrizi - Università di Sassari / Presidente European Forum for Restorative Justice 20-21 febbraio 2025

Il potere delle lingue. L'identità linguistica tra cognizione e storia Prof. Paolo Acquaviva - University College Dublin 28-29-30 ottobre 2024

Religious Imaging and Identity Conflict in the Context of Colonial East Africa (1840-1960) Prof. Stephen Muoki – Pwani University – Kilifi-Kenya 29-30 aprile 2025

Politiche della sovranità Prof.ssa Marina Calloni - Università Bicocca - Milano 7-8-9 maggio 2025

15-18 ottobre 2024: Iniziative all'interno del Macerata Humanities Festival:

Seminario: La società post-patriarcale: cambiamento e resistenza di un ordine simbolico;

Laboratorio: Oltre gli stereotipi di genere Giochi in aula, misurazioni di genere, esercizi di riflessività

22 ottobre – 3 ottobre 2024: ciclo di seminari dal titolo "Razzismo e antirazzismo in Italia". Di seguito date e titolo dei singoli interventi:

22 ottobre: Roma forestiera. Musiche migranti e cultura popolare a Roma con Alessandro Portelli

5 novembre: Bel suo d'amore, ruminazioni tra arte e antropologia con Arnd Schneider e Leone Contini

12 novembre: Donne pubbliche: tolleranza e controllo della prostituzione nell'Italia fascista di Annalisa Cegna Ne hanno discusso l'autrice e la prof.ssa Natascia Mattucci

19 novembre: Nelle parole dei colonizzati: il colonialismo italiano nella scrittura di Ghebreyesus Hailu, con il prof. Uoldelul Chelati Dirar

3 dicembre: La reconfiguration des espaces féministes Ndèye Laïty Ndiaye con Maria Carolina Vesce e Chiara Quagliariello

29 ottobre 2024: Convegno, con riconoscimento crediti, presso il Polo Pantaleoni, dal titolo "Maffeo Pantaloni: a cento anni dalla morte"

19 novembre – 25 novembre: ciclo di incontri tenuti dal professor Kamil Mazurek (University of Lublin). Nel dettaglio:

19 November 2024: (9-11): Introduction to the critical theory of media: tradition and research methodology

20 November 2024: (9-13): Are social media antisocial? Platformisation and datafication

21 November 2024: (9-11): Lab: memes as a tool of social media communication

25 novembre-3 dicembre 2024: ciclo di incontri intitolato "Refugee law: legal and economic analysis" di 16 ore, c tenuto dal visiting professor Denard Veshi, Associate Professor, University College Bedër (Tirana)

28 febbraio 2025: Workshop dal titolo 'The legal protection of environmental and climate migrants in the Euro-Mediterranean Region' presso l'Auditorium UNIMC, accreditato per i i corsi di Laurea attivi presso il Dipartimento SPOCRI

12 marzo 2025: Seminario e presentazione del volume della dott.ssa Benedetta Cicognanai .ssa "ONOREVOLE PAROLACCIA. Perché il turpiloquio ha conquistato il linguaggio politico" all'interno del corso di Comunicazione e Linguaggio Politico (prof.ssa S. Grimaldi)

21 marzo 2025: Seminario dal titolo "Mercato del lavoro e ruolo delle soft skills nei processi di assunzione" all'interno del corso Formazione e sviluppo delle risorse umane (prof. Andrea Cegolon). Sono intervenuti:

Cinzia Pierelli (Adecco Marche)

Laura Farotto (Adecco Macerata)

Ramona Testasecca (Adecco Macerata)

25 marzo 2025: Presentazione del volume "Dalla parte dei bambini" a cura di Vittorina Maestroni, all'interno dei corsi di Devianza e controllo sociale (prof.ssa M.L. Zanier) e Diritti umani e delle differenze (prof.ssa Ines Corti)

28 marzo 2025: Seminario dal titolo "America dove vai". Relatore prof. Di Storia internazionale Mario del Piero (Science Po), discussant: prof. Angelo Ventrone (Unimc) e Mauro Gentili (Oltreconfine)

2 aprile 2025: Seminario dal titolo "Marketing Politico" all'interno del corso di Comunicazione e Linguaggio Politico (prof.ssa S. Grimaldi). Relatore prof. Flavio Chiapponi (Università di Pavia)

2 aprile 2025: Seminario dal titolo "Media e Comunità" all'interno del corso di Sociologia della comunicazione e dei media digitali (prof. Giacomo Buoncompagni).

Relatori:

Alessandra Pierini (Giornalista Cronache Maceratesi)

Francesco Orazi (Politecnica delle Marche)

Marco Porcu (Comune di Ancona)

9-30 aprile: ciclo di seminari dl titolo "Governing by panic. Il paradigma emergenziale tra politica e comunicazione" tenuto dal prof. Luca Lanzalaco (Unimc)

23-24 aprile: incontri dal titolo "GENERAZIONI CON BACKGROUND MIGRATORIO DALL'INCLUSIONE SCOLASTICA ALLA RIFORMA DELLA LEGGE SULLA CITTADINANZA". Introduzione della prof.ssa M.L. Zanier (Unimc), relatrice dott.ssa Giulia Messere (Phd Unimc)

23 aprile 2025: seminario didattico dal titolo "L'INTERVISTA BIOGRAFICA COME TECNICA DI RICERCA" Un approfondimento a partire dalla ricerca pubblicata nel volume: "quinta generazione. Uno studio sociologico sull'evoluzione del turismo e di un'impresa turistica" di Albertina Pretto, all'interno del corso di Metodologia della ricerca sociale (prof.ssa Alessia Bertolazzi)

15 aprile – 6 maggio: ciclo di incontri dal titolo "Pagine di Storia" all'interno del corso in Storia Contemporanea (prof. Angelo Ventrone).

Nel dettaglio:

15 aprile: I nuovi processi sull'estrema sinistra a cinquant'anni dai fatti

Presentazione volume: 'Radiografia di un mistero irrisolto le brigate rosse (e lo Stato) nel sequestro Gancia' (Bibliotheka Edizioni, 2023) di Simona Folegnani e Berardo Lupacchini. Ne discute con l'autore Lupacchini, Angelo Ventrone Università di Macerata.

29 aprile: Presentazione volume: 'Tra le nebbie della P2. Memorie inedite di un capo dei servizi' a cura di Angelo Ventrone (Donzelli, 2024)

Ne discutono con il curatore Federico Fornaro parlamentare, già segretario della commissione d'inchiesta "Moro2" e Giuseppe Notarnicola figlio del generale e capo del controspionaggio Pasquale Notarnicola.

6 maggio: I nuovi processi sull'estrema destra a cinquant'anni dai fatti

Flavio Tranquillo giornalista

Michele Riccio generale CC e autore del volume 'La strategia parallela il progetto occulto di assalto alla repubblica' (Zolfo Editore, 2024)

7 maggio 2025: Seminario internazionale "IAI ETHICS JUSTICE and GLOBAL HEALTH".

Relatori:

Introduction Benedetta GIOVANOLA - Unimc

Talks:

James HAZEL - University of Amsterdam, AI and Global Health Michiel DE PROOST Ghent University, Epistemic Injustice and Medical

AI Raul HAKLI & Pekka MÄKELÄ - University of Helsinki, Responsible AI and Mental Health

Steven GOUVEIA -University of Porto, Putting Medical AI First Concluding remarks

Simona TIRIBELLI - Unimc

12-14 maggio: "La Libertà è come l'aria" - 80° Anniversario della Liberazione dell'Italia dal Nazifascismo (1945-2025).

Nel dettaglio:

12 maggio: Il canto degli italiani e delle italiane (Coro Sibilla)

14 maggio: "La liberazione, radice della Costituzione italiana" (Prof. G.M. Flick) / La Resistenza a colori (AAMOD, ANCR, Home Movies Istituto Luce, colorati dalla GENAI)



QUADRO B6

Opinioni studenti

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 magistrale in Comunicazione e culture digitali. 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.

09/09/2024

La qualità delle attività didattiche è valutata attraverso un'indagine che ha l'obiettivo di rilevare la soddisfazione degli studenti per ogni singolo insegnamento previsto nel proprio piano di studi. Prima di sostenere l'esame, gli studenti devono compilare un questionario volto a misurare alcuni indicatori legati all'insegnamento frequentato. 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 item: Con riferimento all'attività didattica selezionata, quando e in che percentuale ha frequentato le lezioni?; è interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento?); la soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento (6 item: 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 item: 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 entro 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 2023-2024, i dati esaminati sono provvisori (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 19/08/2024). Tali dati sono messi a confronto con i dati definitivi, raccolti nell'anno accademico 2022-2023 (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 19/08/2024).

Gli indicatori presenti nel questionario compilato dagli studenti sono in primo luogo analizzati in forma aggregata, ovverosia 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 2023-2024, alla data del 19/08/2024, sono stati raccolti 296 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 195 compilati da studenti frequentanti, vale a dire da coloro che hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni, 94 da studenti non frequentanti (non hanno frequentato, o meno del 50%), 7 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. 2023-24, gli studenti frequentanti esprimono una valutazione media pari a 7,68, allineata al valore registrato per gli studenti non frequentanti e leggermente superiore a quello degli studenti iscritti ai servizi e-learning (rispettivamente 7,29 e 6,90). Riguardo agli studenti frequentanti, l'indicatore è di poco superiore alla media di Dipartimento (7,52) e di poco inferiore a quella di Ateneo (7,72); l'indicatore è leggermente superiore ai valori medi riscontrati nel precedente anno accademico, a.a. 2022-23, per gli studenti frequentanti (il valore medio è stato pari a 7,24) e per i non frequentanti (il valore medio è stato pari a 7,12); leggermente inferiore per gli studenti e-learning (il valore medio è stato pari a 7,74).

La partecipazione degli studenti agli insegnamenti viene misurata sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni, sia attraverso l'item "È interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento". In merito alla frequenza delle lezioni, nell'anno accademico 2023/24 le risposte ottenute dagli studenti frequentanti rappresentano il 65,88% sul totale, quelle degli studenti non frequentanti il 31,76%, quelle degli studenti e-learning il 2,36%. I dati appaiono superiori a quelli del precedente anno accademico rispettivamente per studenti frequentanti (dato precedente: 58,12%) e studenti non frequentanti (dato precedente: 26,14%); inferiore, invece, per studenti iscritti ai servizi e-learning (dato precedente: 15,73%). Riguardo al secondo indicatore, gli studenti sono in larga misura molto interessati ai contenuti del corso; si registra, infatti, un leggero incremento rispetto al precedente anno accademico per gli studenti frequentanti e non frequentanti: il voto medio registrato è 8,27 per gli studenti frequentanti (nell'anno accademico 2022-23 era 7,74); 8,02 per i non frequentanti (precedente 7,56). Si registra un leggero decremento, invece, per gli studenti e-learning (7,70 rispetto al precedente 8,43).

Per quanto riguarda l'indicatore della soddisfazione per il metodo di insegnamento, i dati esaminati per l'a.a. 2023-24 mostrano un quadro di generale apprezzamento per i docenti del Corso. In una scala da 0 a 10, il voto medio è superiore all'8 per le tre domande sottoposte agli studenti. L'item 'il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina' ha ottenuto un voto medio di 8,35; 'espone gli argomenti in modo chiaro', voto medio 8,25; 'è reperibile per chiarimenti e spiegazioni', voto medio 8,79 per studenti frequentanti; 8,40 per studenti non frequentanti; 8,90 per studenti e-learning). Questi valori sono allineati o lievemente superiori a quelli registrati nell'a.a. 2022-2023 e alle medie ottenute per tutti gli insegnamenti del Dipartimento e dell'Ateneo. Difatti, a livello di Dipartimento, i tre indicatori summenzionati registrano rispettivamente le seguenti valutazioni: 8,25; 8,22; 8,63.

Per quanto concerne l'indicatore sulla soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento, il questionario presenta 6 domande che toccano aspetti legati ai contenuti dell'insegnamento e alle modalità di erogazione delle lezioni. In merito ai

contenuti, gli studenti esprimono un parere positivo sia in termini assoluti, sia in comparazione con l'a.a. precedente. Il materiale didattico è ritenuto adeguato dalla maggioranza. Per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2023-24, il voto medio è 8,07 (in lieve aumento rispetto al 7,82 rilevato nel precedente anno accademico), per gli studenti non frequentanti il voto medio è 7,55, per gli studenti e-learning 8,08. Allo stesso modo, la sostenibilità del carico di studio rispetto ai crediti assegnati è valutata positivamente: per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2023-24, il voto medio è 8,18, a fronte di un precedente 7,97; per gli studenti non frequentanti è pari a 7,13; per gli studenti e-learning è pari a 7,83. La domanda 'Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?', per gli studenti frequentanti ottiene una media di 8,38 (precedente 8,16), per i non frequentanti 7,89 (precedente 7,88) e per gli studenti e-learning di 9,10 (precedente 8,51). Riguardo alla domanda 'L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio', per gli studenti frequentanti la media è 8,59 (precedente 8,31). I valori sono tutti positivi e in linea con le medie del Dipartimento e dell'Ateneo. Riguardo alle modalità di erogazione delle lezioni, il giudizio è positivo: gli studenti sono soddisfatti del rispetto degli orari delle lezioni (voto medio 8,49, per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2023-2024, rispetto al precedente 8,12) e delle attività didattiche integrative, come esercitazioni, laboratori, ecc. (il voto medio è 7,94, rispetto al precedente 7,74).

Il questionario di valutazione della didattica termina con una domanda a scelta multipla, in cui gli studenti possono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento. Per gli studenti frequentanti, non frequentanti ed e-learning, dell'a.a. 2023-24, le risposte selezionate con maggior frequenza sono le seguenti: la risposta 'nessun suggerimento' è stata scelta 160 volte (su 296 questionari totali). Si tratta di un dato rilevante per comprendere il grado di apprezzamento della didattica: il 54% degli studenti dichiara di non aver alcun suggerimento in merito al miglioramento della didattica svolta. Perciò una minoranza di studenti suggerisce di alleggerire il carico didattico complessivo (62 risposte); fornire più conoscenze di base (41 risposte); inserire prove intermedie (42).

Inoltre, gli indicatori sono stati esaminati singolarmente per ogni insegnamento erogato nel CdS nell'anno accademico 2023/24. Dall'analisi delle valutazioni raccolte tra gli studenti, emerge un quadro molto positivo, in cui le criticità riguardano soltanto un insegnamento. In particolare, sono considerati "critici" gli indicatori per i quali un insegnamento ha ottenuto un voto inferiore a 6, basato su un minimo di 3 risposte.

Riguardo agli insegnamenti dell'area Economico-Aziendale e Giuridica si rileva un insegnamento con un indicatore inferiore a 6 riguardante la proporzione fra carico di studio dell'insegnamento e crediti assegnati.

Nell'area Sociologica, della comunicazione e delle scienze umane si rileva un insegnamento con un indicatore eguale a 6 riguardante la proporzione fra carico di studio dell'insegnamento e crediti assegnati e con altro indicatore inferiore a 6 riguardante le conoscenze preliminari per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame.

Nell'area Linguistico-Storico-Letteraria, un insegnamento presenta un indicatore critico, inferiore al 6, in merito alla proporzione fra carico di studio dell'insegnamento e crediti assegnati.

Si tratta, complessivamente, di singoli profili che meritano apposito monitoraggio e specifico dialogo con i docenti interessati, ma che non destano particolare preoccupazione in merito alla qualità dei singoli corsi interessati e dell'offerta formativa nel suo complesso, sia per la natura dei rilievi, sia per la loro episodicità: in effetti, si tratta di aspetti non ricorrenti, se solo si confrontano con le criticità dello scorso anno e ancora degli anni precedenti.



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

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 66 laureati nell'anno solare 2023 (su 69 laureati totali) e sono aggiornati ad aprile 2024. Attraverso il questionario, sono valutati alcuni indicatori, quali

09/09/2024

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 (91,4%) 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 (91%). 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 il 67,2% degli studenti laureati si iscriverebbe nuovamente a Scienze della Comunicazione presso l'Università di Macerata (un dato allineato alla media nazionale del 67,4% per corsi di laurea della stessa classe). Parimenti, l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti raccoglie un diffuso giudizio positivo presso i neolaureati (91,49%): più in dettaglio, il 20,7% ha scelto la risposta "decisamente sì" (contro il 22,4% dei laureati della classe a livello nazionale), il 70,7% "più sì che no" (69% 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 (96,5%, contro il 92,4% dei laureati della classe a livello nazionale) esprime un parere positivo, di cui il 36,2% risponde "decisamente sì". Il secondo indicatore valuta la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): il 37,9% dei laureati intervistati è stato "sempre o quasi sempre soddisfatto" dell'organizzazione degli esami (contro il 34,7% dei laureati della stessa classe a livello nazionale), il 50% "per più della metà degli esami" (50,6% 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 62,1% degli intervistati ha frequentato più del 75% degli insegnamenti, allineandosi alla media dei laureati della stessa classe a livello nazionale (59,8).

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 28,1% (leggermente inferiore al dato nazionale, pari al 30,8%), "spesso adeguate" dal 64,9% (51,1% per i laureati della classe su base nazionale). Riguardo alla valutazione delle postazioni informatiche, la maggioranza dei laureati intervistati (68,3%) ritiene che le postazioni siano in numero adeguato (un dato superiore a quello riscontrato a livello nazionale, pari al 64,1%), mentre il 31,7% sostiene che non siano sufficienti. Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 59,6% degli intervistati le ritiene "spesso adeguate" e il 25,5% "sempre o quasi sempre" adeguate. Infine, i servizi bibliotecari raccolgono in generale un giudizio soddisfacente: il 40,4% li valuta in modo "abbastanza positivo" (dato nazionale 52,4%), il 57,4% "decisamente positivo" (dato nazionale 43,1 %).

Pdf inserito: [visualizza](#)