

Presentazione

Informazioni generali



Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Scienze della comunicazione (IdSua:1627435)
Nome del corso in inglese	Communication
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Modalità di erogazione	a. Corso di studio convenzionale

Ulteriori informazioni generali

URL del corso	https://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione
Riepilogo Caratteristiche Cds	1° anno in SUA: 2013

Programmazione Accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

Sede del Corso

Sede	MACERATA Via Don Minzoni, 22/A (Cod.043023)
Codice interno all'Ateneo del Corso	L12R
Utenza sostenibile	172

Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti

Data di istituzione del corso	Da determinare
Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA	05/02/2026 13:59

Referenti e Strutture

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) - ID: 14652

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento

DOCENTI DI RIFERIMENTO

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INS. ASSOCIATO
1.	BRTLSS77 R65G186W	BERTOLAZZI	Alessia	GSPS-05/A	14/GSPS-05	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
2.	BNGRMN7 4E56E783 G	BONGELLI	Ramona	PSIC-01/A	11/PSIC-01	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
3.	BNCGCM8 9E08A271F	BUONCOMPAGNI	Giacomo	GSPS-06/A	14/GSPS-06	RD - Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)	1	
4.	CGLNDR78 D07L407I	CEGOLON	Andrea	PAED-01/A	11/PAED-01	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
5.	FRNMNL78 E15D542K	FRONTONI	Emanuele	IINF-05/A	09/IINF-05	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
6.	GSTGCM7 5D15M126 M	GISTRÌ	Giacomo	ECON-07/A	13/ECON-07	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
7.	RSTRCR92 T13B352M	ROSATI	Riccardo	IINF-05/A	09/IINF-05	RD - Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	1	

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INS. ASSOCIATO
8.	VNTNGL62 E30L840L	VENTRON E	Angelo	HIST-03/A	11/HIST-03	PO - Professore Ordinario	1	
9.	ZNRMLT62 B45A952O	ZANIER	Maria Letizia	GSPS-07/B	14/GSPS- 07	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	


Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

Figure specialistiche aggiuntive

COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZIONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor

Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
BERTOLAZZI	Alessia		Docente di ruolo
BONGELLI	Ramona		Docente di ruolo
BUONCOMPAGNI	Giacomo		Docente di ruolo
CEGOLON	Andrea		Docente di ruolo
FRONTONI	Emanuele		Docente di ruolo
GISTRI	Giacomo		Docente di ruolo
ZANIER	Maria Letizia		Docente di ruolo

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BERTOLAZZI	ALESSIA
BONGELLI	RAMONA
BUONCOMPAGNI	GIACOMO
CATENA	ROBERTA
GISTRI	GIACOMO

COGNOME	NOME
ROSATI	RICCARDO
SIMONELLI CHAVARRIA FLORES	ALEXANDER RODRIGO

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
Simonelli Chavarria Flores	Alexander Rodrigo	a.simonellichavar@studenti.unimc.it

Documentazione

Il Corso di Studio in breve

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 audiovisiva. 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. Il Corso di laurea è ad accesso libero; è tuttavia prevista la verifica delle conoscenze minime di ingresso attraverso il TOLC-SU.

Progettazione del CdS

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

Il Nucleo di Valutazione, sulla scorta delle informazioni inserite nella sezione QUALITÀ – Quadro B4 – Infrastrutture (aule, laboratori, sale studio, biblioteche) e Quadro B5 – Servizi di Contesto, attesta che il Corso dispone delle strutture nella misura necessaria per il suo corretto funzionamento.

Parere del comitato regionale di coordinamento

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



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: [verbali incontro parti sociali L20 storico.pdf](#) 

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

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 sistematica 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.

Nel dettaglio, si riportano le principali consultazioni svolte negli anni accademici.

Anno Accademico 2025/2026

Il gruppo AQ del corso, la Presidente del Corso e i Delegati del Dipartimento al Placement hanno predisposto un report sui principali studi di settore nel campo della comunicazione, con particolare attenzione ai profili professionali di riferimento del corso di laurea, discusso nel CCU del 10/06/2026. In merito ai risultati del report (in allegato), il mercato del lavoro italiano nel settore della comunicazione mostra segnali positivi: i servizi di informazione e comunicazione hanno registrato una crescita occupazionale del +12,7% tra 2022 e 2023, con oltre 43.000 agenzie attive e un fatturato delle agenzie pubblicitarie salito a 11,7 miliardi nel 2024. Il settore audiovisivo supera i 12 miliardi di euro, impiegando 120.000 persone. Emergono con forza nuovi profili legati all'intelligenza artificiale generativa, al marketing data-driven, alla content creation per piattaforme digitali e all'entertainment esperienziale (3,7 miliardi, +10,3%). Il mercato richiede competenze ibride, capaci di integrare analisi dei dati, storytelling e padronanza degli strumenti digitali.

Anno accademico 2024/2025

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.

Anno accademico 2023/2024

I componenti del Comitato di Indirizzo Permanente della classe L-20 sono stati convocati per una consultazione finalizzata alla discussione dell'aggiornamento dell'offerta formativa del corso di laurea. L'incontro si è svolto il giorno 6 febbraio 2024 alle ore 16, in modalità online. I componenti del Comitato hanno esaminato il piano di studi della Cl. L-20. Considerate le modifiche apportate lo scorso anno accademico, il Comitato ritiene che l'offerta formativa del corso sia adeguata e aggiornata e propone di non apportare ulteriori cambiamenti. Inoltre, il Comitato ha analizzato l'offerta formativa relativa ai Laboratori. Le 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.

Anno accademico 2022/2023

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

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

Anno accademico 2021/2022

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

Anno accademico 2020/2021

Il CdS ha svolto una consultazione documentale per valutare la caratterizzazione del progetto formativo del corso triennale L-20 rispetto all'offerta formativa nazionale della Classe. È stata svolta un'analisi di benchmark sui CdS incardinati nella Classe L-20, prendendo in esame tutti i corsi erogati

nella Macroregione di riferimento e un campione di corsi erogati a livello nazionale. L'analisi è stata presentata e discussa nel CCU del 28/09/2020. L'analisi ha permesso di rilevare che il CdS presenta insegnamenti in aree disciplinari comuni agli altri corsi esaminati (ad es. nel marketing, nella comunicazione pubblica e di impresa ecc.). Tuttavia, il CdS sembra caratterizzarsi per una più spiccata interdisciplinarietà che, tenuto conto del progressivo aumento degli immatricolati, può rappresentare un punto di forza.

Anno accademico 2019/2020

Il CCU ha provveduto ad ampliare la composizione del Comitato di indirizzo. Il nuovo comitato di indirizzo è composto dal Prof. Giacomo Gistri (presidente delle classi), dal Prof. Andrea Cegolon (delegato al placement), dai professori Alessia Bertolazzi e Simone Calzolaio (referenti AQ rispettivamente della triennale e della magistrale), dai rappresentanti degli studenti L20 e LM19 e da un gruppo di stakeholder rappresentativi dei potenziali sbocchi professionali dei CdS: il direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria ADVcreativi, il titolare dell'Agenzia di Comunicazione PIL Associati, il giornalista reggente della sede di Macerata de 'Il Resto del Carlino'; il responsabile Marketing e Comunicazione per la Cultura e lo Spettacolo dal Vivo della Compagnia della Rancia, e il vice presidente esecutivo di Roi Group Srl (divisione Roi Edizioni). Il 29 maggio 2020 si è riunito il Comitato d'Indirizzo e sono state consultate le parti sociali in presenza (attraverso la piattaforma Zoom) ed è stato redatto l'apposito verbale secondo il format messo a disposizione dal PQA. L'obiettivo dell'incontro è stato quello di discutere con gli stakeholder i seguenti punti: la denominazione del CdS; gli obiettivi formativi del CdS; le figure professionali e gli sbocchi previsti; i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative. I rappresentanti delle professioni ritengono adeguate la denominazione dei due curricula: 'comunicazione di massa' e 'comunicazione d'impresa' e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso si propone di formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro, si suggerisce di connotare maggiormente i due percorsi aumentando gli insegnamenti dell'area aziendale nel curriculum in comunicazione d'impresa (altri esami di marketing e comunicazione pubblicitaria) e rafforzando le capacità di scrittura e di gestione dell'ufficio stampa per il curriculum in comunicazione di massa. Tali riflessioni hanno orientato l'aggiornamento dell'offerta formativa a partire dall'a.a. 2021/2022. Di seguito all'incontro, gli stessi rappresentanti del mondo del lavoro con l'aggiunta del Country Communication & Sustainability Manager di IKEA hanno partecipato ad una tavola rotonda moderata dalla rappresentante degli studenti sul tema: 'I professionisti della comunicazione digitale. Esperienza e domanda di formazione a confronto'. Durante tale incontro, ciascuno ha menzionato quali aspetti ritenesse più importanti per la formazione rispetto alle richieste del mercato del lavoro.

Anno accademico 2018/2019

Il CCU ha sperimentato una modalità innovativa di consultazione degli stakeholder che vede il coinvolgimento attivo degli stessi attraverso la co-progettazione di attività formative all'interno dei singoli insegnamenti. Questa partecipazione ha dato luogo ad incontri sotto forma di seminari e attività laboratoriali co-condotte da stakeholder specialisti delle materie, riconosciuti in ambito nazionale, e dai docenti del Corso di Studi. Questo tipo di azione è finalizzata ad arricchire la procedura di consultazione degli stakeholder e a creare un network di attori che lavorino, in modalità consultiva, attorno alla progettazione del Corso di Studi. Si è quindi provveduto ad organizzare singoli eventi, con la diretta partecipazione degli stakeholder, che potessero aiutare gli studenti ad individuare ed a dotarsi degli skills determinati per l'inserimento nel mondo del lavoro nell'ambito del settore della comunicazione: Nello specifico, in data 11 ottobre 2018, nell'ambito del Festival OVERTIME 'Festival nazionale del racconto e dell'etica sportiva' si sono tenuti nel nostro Dipartimento due seminari, ai quali hanno partecipato gli studenti iscritti sia alla L-20 che alla LM-19. Il primo intitolato 'Web e comunicazione sportiva on-line. Nuovi linguaggi e nuove icone del racconto sportivo' ha visto la partecipazione dei giornalisti Marino Bartoletti, Angelo Carotenuto (La Repubblica), Federico Militello (OA Sport), Daniele Bartocci (Gazzanet) e Roberto Monzani (Inter Media House); moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). Al secondo, 'Comunicare lo sport attraverso la radio: parole e stili', hanno partecipato il Rettore, prof. Francesco Adornato, Marco Ardemagni (conduttore radiofonico RAI), Riccardo Cucchi, Francesco Repice (Rai Sport), Gerardo De Vivo (Agenzia Area), Gianluca Teodori (RDS), con la moderazione di Dario Ricci (Il Sole 24 Ore-Radio24) e Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 29/10/2018, si è tenuto un seminario interdisciplinare in tema di 'Promozione e Strategie della salute' con Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Lucia Piccinini (Associazione per il disagio psicologico e i disturbi alimentari), Linda Lombi, Dott. Felice Sapone (Asur Civitanova Marche). In data 26 Marzo 2019, invece, ha avuto luogo la tavola rotonda 'Comunicare le elezioni europee attraverso i media digitali', organizzata in collaborazione con l'Europe Direct Regione Marche. All'evento erano presenti in qualità di relatori: Barbara Fioravanti (Direct Regione Marche), Marisa Celani (Europe Direct Regione Marche) e Stefano Campanari (Scambieuropei e European Elections Young Multiplier). Un'altra iniziativa che ha avuto particolare successo è stato il seminario 'Tutto il bello dell'informazione' del 2 Aprile 2019, con relatori Angelo Capulli, Silvia Vaccarezza (giornalista Tg2 RAI), Luca Mattiucci (Direttore Responsabile de 'Il Paese Sera'). Moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 19/04/2019, si è svolto un seminario in tema di 'GDPR e sicurezza dei dati personali' (con Simone Calzolaio e Vanni Boncinelli (Data protection officer di OBI Italia). Infine, in data 09/05/2019, nell'ambito dell'insegnamento di Marketing, il prof Gistri ha organizzato il seminario 'Atleta Azienda: comunicazione, pianificazione e gestione finanziaria nel mondo dello sport professionistico', relatore Michele Scarpeccio (Next Life).

Anno accademico 2017/2018

Il CDS ha dato continuità all'azione intrapresa dalla sua istituzione riguardo alla consultazione continua degli stakeholder del territorio di riferimento. In particolare, il CDS ha lavorato rispettivamente su tre livelli:

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

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

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

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

Anno accademico 2016/2017

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

Nei mesi precedenti (ottobre/novembre 2016) il CDS ha dato mandato ai propri docenti (Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Giacomo Gistri, Rosita Pretaroli) di individuare gli attori di rilevanza nazionale e internazionale con cui erano in corso attività formative, di ricerca o di

consulenza interessate e/o operanti nel settore della comunicazione pubblica e/o privata. Gli stakeholder intervenuti alla riunione sono stati: l'agenzia di comunicazione indipendente Pil Associati; Elica spa; CNA di Macerata, Fondazione banco alimentare ONLUS tramite il digital strategist, Regione Marche tramite il proprio funzionario incaricato per il Progetto Agenda Digitale regionale. Ai presenti, nei mesi precedenti, è stato distribuito un insieme di informazioni preliminari per preparare la discussione in presenza: il piano di studio del CdS in Comunicazione e Culture Digitali, il link alla scheda SUA contenente le indicazioni dettagliate del CdS, il questionario utilizzato per le consultazioni a distanza secondo le linee guida del PQA dell'Ateneo. Gli esiti della consultazione in presenza sono stati verbalizzati e approvati in CCU nella seduta del 1 febbraio 2017. I temi di discussione della consultazione sono: la denominazione del CdS, gli obiettivi formativi del CDS, le figure professionali e gli sbocchi previsti, i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative che sono stati tutti positivamente valutati dalle organizzazioni rappresentative. In particolare:

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

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

Anno accademico 2015-2016

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

Pdf inserito: [Studio di settore_L20_28.05.2026.pdf](#) 

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella classe - 73

Ordinamento didattico

Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



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.

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

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.

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.

Il CdS L-20, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione rivolta all'acquisizione di capacità operative. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi e alla redazione di differenti prodotti testuali.

Nello specifico, nel curriculum Comunicazione di Massa, si acquisiranno competenze adeguate a sviluppare prodotti comunicativi e culturali per enti

pubblici e privati; nel curriculum Comunicazione di Impresa, si acquisiranno competenze adeguate a partecipare attivamente all'attività comunicativa d'impresa.

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

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

Da ex QUADRO A4.c: Autonomia di giudizio, Abilità comunicative, Capacità di apprendimento

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

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

Il conseguimento della autonomia di giudizio dello studente viene accertato attraverso la verifica delle conoscenze e delle capacità di comprensione tramite le prove intermedie e finali in forma scritta e/o orale degli insegnamenti, anche a carattere applicativo, come i laboratori didattici. L'autonomia di giudizio dello studente trova, inoltre, specifica valorizzazione e verifica in sede di stage, in quanto lo studente è tenuto, una volta terminato lo stage, a compilare apposito questionario di valutazione dell'effettivo grado di svolgimento del progetto formativo e delle competenze sviluppate. L'autonomia di giudizio dello studente trova la sua conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti dell'argomento approfondito.

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

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

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

Il corso permette al Laureato di sviluppare in piena autonomia il metodo di studio, l'apprendimento degli obiettivi formativi e conoscitivi, nonché l'applicazione di conoscenze teoriche e pratiche.

Lo sviluppo di capacità di apprendimento autonomo è conseguito attraverso la partecipazione attiva agli insegnamenti curriculari, alle attività di carattere laboratoriale e seminariale e allo stage formativo. Le capacità di apprendimento acquisite sono valutate tramite le prove d'esame (scritte e/o orali), tramite approfondimenti autonomi richiesti in sede di esercitazioni, laboratori o attività seminariali e tramite la stesura della prova finale. In particolare, la prova finale consente di verificare il processo individuale di apprendimento, in quanto richiede di utilizzare i modelli teorici e metodologici appresi nelle differenti discipline, allo scopo di produrre in autonomia contenuti originali.

Le capacità di apprendimento acquisite e verificate durante il corso di laurea permettono al Laureato di sviluppare un metodo per continuare ad apprendere, in modo autonomo e continuo, e offrono delle solide basi per intraprendere ulteriori studi magistrali nel campo della comunicazione.



Profilo e sbocchi

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati



Nome della figura professionale formata

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 e competenze

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

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.

Nome della figura professionale formata

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 e competenze

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

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.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

Codice	Professione
3.3.3.6.2	Tecnici delle pubbliche relazioni
3.3.3.6.1	Tecnici della pubblicità
3.4.3.2.0	Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing
3.3.4.4.0	Agenti di pubblicità

Conoscenze richieste per l'accesso



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

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

La verifica 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.

Modalità di ammissione

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-isciversi>

Caratteristiche della prova finale



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.

Modalità di svolgimento della prova finale

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: i) un punto aggiuntivo se il/la candidato/a si laurea in corso e/o ha svolto un periodo di mobilità all'estero; ii) un punto aggiuntivo 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.

Parte Tabellare

Attività di base



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese GLOT-01/A Glottologia e linguistica IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni LICO-01/A Letteratura italiana contemporanea PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi	25	33	-
Discipline sociali e mediologiche	GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi HIST-03/A Storia contemporanea	32	40	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 36):		-		
Totale Attività di base		57 - 73		

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	PEMM-01/A Discipline dello spettacolo PEMM-01/B Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali PEMM-01/C Musicologia e storia della musica PHIL-04/A Estetica	8	16	-

Scienze umane ed economico-sociali	ECON-02/A Politica economica ECON-07/A Economia e gestione delle imprese GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro PAED-01/A Pedagogia generale e sociale PSIC-01/A Psicologia generale PSIC-03/A Psicologia sociale PSIC-03/B Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	32	40	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GIUR-01/A Diritto privato GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico GIUR-06/A Diritto amministrativo e pubblico GSPS-02/A Scienza politica GSPS-03/A Storia del pensiero politico GSPS-07/A Sociologia dei fenomeni politici GSPS-07/B Sociologia del diritto e della devianza	16	16	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 54):		-		

Totale Attività caratterizzanti	56 - 72
--	---------

Attività affini



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Attività formative affini o integrative		20	20	18

Totale Attività affini	20 - 20
-------------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



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 multidisciplinare 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).

Altre attività



Ambito Disciplinare		min	MAX
A scelta dello studente		16	16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	8	8
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche		
	Abilità informatiche e telematiche		
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	4	4
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali			
Totale Altre attività		31 - 31	

Note relative alle attività di base



Note relative alle attività caratterizzanti



Note relative alle altre attività



Le altre attività (31 CFU) prevedono le attività formative a scelta dello studente per 16 crediti, che possono essere ottenuti attraverso la partecipazione alle attività seminariali con crediti, nonché la frequenza dei laboratori erogati dal corso di laurea e/o di altri insegnamenti di sicura coerenza, permettendo di integrare il percorso di studi con esperienze e contenuti trasversali e professionalizzanti. Inoltre, sono previsti 8 crediti per la prova finale e 7 crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d, articolati a loro volta in 3 crediti per lo svolgimento di uno stage e 4 CFU connessi al superamento dell'esame di un laboratorio scelto dagli studenti tra quelli attivati nella propria classe di Laurea triennale. L'offerta formativa dei laboratori è costantemente aggiornata, allo scopo di renderla sempre più attinente alle competenze richieste dal settore della Comunicazione.

Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	164 - 196
Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	48

Offerta Didattica Programmata

Eventuale articolazione curriculare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi (ex Eventuali Curriculum)

Curriculum: **Comunicazione di massa** ▼

Codice Interno Ateneo: L12R^2026^L12-CM/26^043023

Curriculum: **Comunicazione d'impresa** ▼

Codice Interno Ateneo: L12R^2026^ L12-CI/26^043023

Offerta Didattica Programmata

Curriculum: Comunicazione di massa

Attività di base	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl	41	33	25 - 33
	GLOT-01/A Glottologia e linguistica LINGUISTICA DEI MEDIA (2 anno) - 8 CFU			
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	LICO-01/A Letteratura italiana contemporanea FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA (2 anno) - 8 CFU			
	PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi SEMIOTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Discipline sociali e mediologiche	GSPS-05/A Sociologia generale SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl	32	32	32 - 40
	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (3 anno) - 8 CFU - obbl			
	HIST-03/A Storia contemporanea STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -				
(minimo da D.M. 36)				

Totale Attività di base	65	57 - 73
--------------------------------	----	---------

Attività caratterizzanti	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	PEMM-01/B Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali <i>SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i> PHIL-04/A Estetica <i>ESTETICA DEI MEDIA (3 anno) - 8 CFU - obbl</i>	16	16	8 - 16
Scienze umane ed economico-sociali	ECON-02/A Politica economica <i>FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA (2 anno) - 8 CFU - obbl</i> PAED-01/A Pedagogia generale e sociale <i>FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO (3 anno) - 8 CFU - obbl</i> PSIC-01/A Psicologia generale <i>PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 8 CFU - obbl</i> PSIC-03/A Psicologia sociale <i>PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE (2 anno) - 8 CFU - obbl</i>	32	32	32 - 40
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico <i>ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i> GSPS-02/A Scienza politica <i>COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO (3 anno) - 8 CFU</i> GSPS-07/B Sociologia del diritto e della devianza <i>DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU</i>	24	16	16 - 16
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale Attività caratterizzanti			64	56 - 72

Attività affini	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	FRAN-01/B Lingua, traduzione e linguistica francese <i>LINGUA E CULTURA FRANCESE (2 anno) - 6 CFU</i> GERM-01/C Lingua, traduzione e linguistica tedesca <i>LINGUA E CULTURA TEDESCA (2 anno) - 6 CFU</i> GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	56	20	20 - 20 CFU min 18

GSPS-03/B Storia delle istituzioni politiche <i>STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE (3 anno) - 8 CFU</i>			
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni <i>MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO (3 anno) - 8 CFU</i>		
	ITAL-01/A Letteratura italiana <i>LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI (3 anno) - 8 CFU</i>		
	PHIL-03/A Filosofia morale <i>ETICA DELLA COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU</i>		
SPAN-01/C Lingua, traduzione e linguistica spagnola <i>LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (2 anno) - 6 CFU</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -			
Totale Attività affini		20	20 - 20

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		16	16 - 16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	8	8 - 8
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3 - 3
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	4	4 - 4
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre attività		31	31 - 31

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

Curriculum: Comunicazione d'impresa

Attività di base	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese <i>LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	25	25	25 - 33
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi <i>SEMIOTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche		40	40	32 - 40

GSPS-05/A Sociologia generale SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE (2 anno) - 8 CFU - obbl			
GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (3 anno) - 8 CFU - obbl			
HIST-03/A Storia contemporanea STORIA CONTEMPORANEA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)			
Totale Attività di base		65	57 - 73

Attività caratterizzanti	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	PEMM-01/B Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl	8	8	8 - 16
Scienze umane ed economico-sociali	ECON-02/A Politica economica FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA (2 anno) - 8 CFU - obbl	48	40	32 - 40
	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE MEDIA, DIGITALI E CREATIVE (2 anno) - 8 CFU - obbl MARKETING (3 anno) - 8 CFU - obbl			
	GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro SOCIOLOGIA DEL LAVORO (3 anno) - 8 CFU			
	PAED-01/A Pedagogia generale e sociale FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE (3 anno) - 8 CFU			
	PSIC-01/A Psicologia generale PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 8 CFU - obbl			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl	24	16	16 - 16
	GSPS-02/A Scienza politica COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO (3 anno) - 8 CFU			
	GSPS-07/B Sociologia del diritto e della devianza DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU			

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)		
Totale Attività caratterizzanti	64	56 - 72

Attività affini	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad	
Attività formative affini o integrative	FRAN-01/B Lingua, traduzione e linguistica francese LINGUA E CULTURA FRANCESE (2 anno) - 6 CFU	40	20	20 - 20 CFU min 18	
	GERM-01/C Lingua, traduzione e linguistica tedesca LINGUA E CULTURA TEDESCA (2 anno) - 6 CFU				
	GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl				
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO (3 anno) - 8 CFU				
	PHIL-03/A Filosofia morale ETICA DELLA COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU				
	SPAN-01/C Lingua, traduzione e linguistica spagnola LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (2 anno) - 6 CFU				
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -				
	Totale Attività affini				

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		16	16 - 16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	8	8 - 8
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3 - 3
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	4	4 - 4
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre attività		31	31 - 31

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

Regolamento Didattico del CdS

Pdf inserito: [Regolamento didattico_L-20 e Linee guida stage.pdf](#) 

Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti

Pdf inserito: [Piani di studio CI e CM 2026.pdf](#) 

Matrice di Tuning

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:

Anno di corso 1 - ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO (cfu 8 - L12R - 132603114) [url](#)

Anno di corso 1 - LABORATORIO DI ADVERTISING E PROGETTAZIONE DI CAMPAGNE (cfu 4 - L12R - 132603101) [url](#)

Anno di corso 1 - LABORATORIO DI MEDIA PLANNING (cfu 4 - L12R - 132603097) [url](#)

Anno di corso 1 - LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI (cfu 4 - L12R - 132603118) [url](#)

Anno di corso 2 - DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (cfu 6 - L12R - 132700648) [url](#)

Anno di corso 2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE MEDIA, DIGITALI E CREATIVE (cfu 8 - L12R - 132700670) [url](#)

Anno di corso 2 - FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA (cfu 8 - L12R - 132700661) [url](#)

Anno di corso 3 - MARKETING (cfu 8 - L12R - 132800381) [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:

Anno di corso 1 - LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI (cfu 4 - L12R - 132603092) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO DI PODCASTING PER IL GIORNALISMO E LA NARRAZIONE DI MARCA (cfu 4 - L12R - 132603076) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE (cfu 4 - L12R - 132603123) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO DI TECNICHE E LINGUAGGI DEL GIORNALISMO (cfu 4 - L12R - 132603075) [url](#)
Anno di corso 1 - SOCIOLOGIA (cfu 8 - L12R - 132603121) [url](#)
Anno di corso 1 - SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI (cfu 8 - L12R - 132603090) [url](#)
Anno di corso 2 - PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE (cfu 8 - L12R - 132700660) [url](#)
Anno di corso 2 - PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE (cfu 8 - L12R - 132700677) [url](#)
Anno di corso 3 - DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (cfu 8 - L12R - 132800379) [url](#)
Anno di corso 3 - ETICA DELLA COMUNICAZIONE (cfu 8 - L12R - 132800369) [url](#)
Anno di corso 3 - FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE (cfu 8 - L12R - 132800374) [url](#)
Anno di corso 3 - FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO (cfu 8 - L12R - 132800363) [url](#)
Anno di corso 3 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (cfu 8 - L12R - 132800372) [url](#)
Anno di corso 3 - SOCIOLOGIA DEL LAVORO (cfu 8 - L12R - 132800356) [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 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

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:

Anno di corso 1 - INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE (cfu 9 - L12R - 132603100) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" (cfu 4 - L12R - 132603122) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO DI WEB DESIGN (cfu 4 - L12R - 132603096) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO IN GRAPHIC DESIGN PER LA COMUNICAZIONE (cfu 4 - L12R - 132603113) [url](#)
Anno di corso 1 - LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI (cfu 4 - L12R - 132603071) [url](#)
Anno di corso 1 - LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE (cfu 8 - L12R - 132603120) [url](#)
Anno di corso 1 - LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE (cfu 8 - L12R - 132603110) [url](#)
Anno di corso 1 - SEMIOTICA (cfu 8 - L12R - 132603127) [url](#)
Anno di corso 1 - STORIA CONTEMPORANEA (cfu 8 - L12R - 132603073) [url](#)
Anno di corso 2 - FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA (cfu 8 - L12R - 132700649) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA E CULTURA SPAGNOLA (cfu 6 - L12R - 132700652) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUA E CULTURA TEDESCA (cfu 6 - L12R - 132700666) [url](#)
Anno di corso 2 - LINGUISTICA DEI MEDIA (cfu 8 - L12R - 132700672) [url](#)
Anno di corso 3 - COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO (cfu 8 - L12R - 132800358) [url](#)
Anno di corso 3 - DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE (cfu 8 - L12R - 132800379) [url](#)
Anno di corso 3 - ESTETICA DEI MEDIA (cfu 8 - L12R - 132800359) [url](#)
Anno di corso 3 - LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI (cfu 8 - L12R - 132800360) [url](#)
Anno di corso 3 - MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO (cfu 8 - L12R - 132800361) [url](#)
Anno di corso 3 - STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE (cfu 8 - L12R - 132800371) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

Offerta Didattica Erogata								
N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	043023	2026	132603068	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO <i>semestrale</i>	GSPS-02/A	Selena GRIMALDI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS-02/A	40
2	043023	2026	132603125	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	GSPS-07/B	<i>Docente di riferimento</i> Maria Letizia ZANIER <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS-07/B	40
3	043023	2026	132603099	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	GIUR-05/A	Simone CALZOLAIO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GIUR-05/A	30
4	043023	2026	132603083	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE MEDIA, DIGITALI E CREATIVE <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Sofia PANSONI		40
5	043023	2026	132603111	ESTETICA DEI MEDIA <i>semestrale</i>	PHIL-04/A	Giorgio CIPOLLETTA		40
6	043023	2026	132603078	ETICA DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	PHIL-03/A	Simona TIRIBELLI <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	PHIL-03/A	40
7	043023	2026	132603119	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA <i>semestrale</i>	ECON-02/A	Francesca SEVERINI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ECON-02/A	60
8	043023	2026	132603103	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE <i>semestrale</i>	PAED-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Andrea CEGOLON <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	PAED-01/A	40
9	043023	2026	132603084	FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO <i>semestrale</i>	PAED-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Andrea CEGOLON <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	PAED-01/A	60
10	043023	2026	132603093	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA <i>semestrale</i>	LICO-01/A	Andrea Raffaele RONDINI <i>Professore Associato confermato</i>	LICO-01/A	40

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
11	043023	2026	132603100	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	IINF-05/A	<i>Docente di riferimento</i> Emanuele FRONTONI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	IINF-05/A	60
12	043023	2026	132603114	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO <i>semestrale</i>	GIUR-05/A	Simone CALZOLAIO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GIUR-05/A	40
13	043023	2026	132603101	LABORATORIO DI ADVERTISING E PROGETTAZIONE DI CAMPAGNE <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Francesco CARDINALI		20
14	043023	2026	132603092	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI <i>semestrale</i>	GSPS-06/A	Leonardo RINALDESI		20
15	043023	2026	132603122	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" <i>semestrale</i>	PEMM-01/B	Giorgio CINGOLANI		20
16	043023	2026	132603097	LABORATORIO DI MEDIA PLANNING <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Sara FRANCIA		20
17	043023	2026	132603076	LABORATORIO DI PODCASTING PER IL GIORNALISMO E LA NARRAZIONE DI MARCA <i>semestrale</i>	GSPS-06/A	Francesco MANDOLINI		20
18	043023	2026	132603075	LABORATORIO DI TECNICHE E LINGUAGGI DEL GIORNALISMO <i>semestrale</i>	GSPS-06/A	Francesco ANNIBALI		20
19	043023	2026	132603096	LABORATORIO DI WEB DESIGN <i>semestrale</i>	IINF-05/A	Marina PAOLANTI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	IINF-05/A	20
20	043023	2026	132603113	LABORATORIO IN GRAPHIC DESIGN PER LA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	IINF-05/A	Niccolo' TESTI		20
21	043023	2026	132603071	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI <i>semestrale</i>	LICO-01/A	Andrea Raffaele RONDINI <i>Professore Associato confermato</i>	LICO-01/A	20
22	043023	2026	132603118	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI <i>semestrale</i>	ECON-07/A	Michele SPAGNUOLO		20

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
23	043023	2026	132603070	LABORATORIO RECUPERO OFA SU COMPrensione DEL TESTO E RAGIONAMENTO LOGICO <i>semestrale</i>	LICO-01/A	Giulia CORSALINI		20
24	043023	2026	132603120	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	ANGL-01/C	Cecilia LAZZERETTI <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3- a L. 240/10)</i> <i>Libera Università di BOLZANO</i>	ANGL-01/C	40
25	043023	2026	132603088	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI <i>semestrale</i>	ITAL-01/A	Giulia CORSALINI		40
26	043023	2026	132603110	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE <i>semestrale</i>	PEMM-01/B	Francesca ARIENZO		40
27	043023	2026	132603086	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.B (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) <i>semestrale</i>	GLOT-01/A	Francesca CHIUSAROLI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	GLOT-01/A	10
28	043023	2026	132603082	MARKETING <i>semestrale</i>	ECON-07/A	<i>Docente di riferimento</i> Giacomo GISTRI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	ECON-07/A	60
29	043023	2026	132603081	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE <i>semestrale</i>	GSPS-05/A	<i>Docente di riferimento</i> Alessia BERTOLAZZI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS-05/A	40
30	043023	2026	132603108	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO <i>semestrale</i>	IINF-05/A	<i>Docente di riferimento</i> Riccardo ROSATI <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3- a L. 240/10)</i>	IINF-05/A	40
31	043023	2026	132603115	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	PSIC-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Ramona BONGELLI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	PSIC-01/A	40
32	043023	2026	132601373	PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE <i>semestrale</i>	PSIC-03/A	<i>Docente di riferimento</i> Ramona BONGELLI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	PSIC-01/A	40

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
33	043023	2026	132603124	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI <i>semestrale</i>	PEMM-01/B	Anton Giulio MANCINO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	PEMM-01/B	40
34	043023	2026	132603127	SEMIOTICA <i>semestrale</i>	PHIL-04/B	Andrea GARBUGLIA		40
35	043023	2026	132603121	SOCIOLOGIA <i>semestrale</i>	GSPS-05/A	<i>Docente di riferimento</i> Alessia BERTOLAZZI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS-05/A	40
36	043023	2026	132603069	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI <i>semestrale</i>	GSPS-06/A	<i>Docente di riferimento</i> Giacomo BUONCOMPAGNI <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	GSPS-06/A	40
37	043023	2026	132603090	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI <i>semestrale</i>	GSPS-06/A	<i>Docente di riferimento</i> Giacomo BUONCOMPAGNI <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	GSPS-06/A	40
38	043023	2026	132603073	STORIA CONTEMPORANEA <i>semestrale</i>	HIST-03/A	<i>Docente di riferimento</i> Angelo VENTRONE <i>Professore Ordinario</i>	HIST-03/A	60
39	043023	2026	132603094	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE <i>semestrale</i>	GSPS-03/B	Ronald CAR <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GSPS-03/B	40

Ore totali di didattica assistita: 1400

Didattica programmata per coorte

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.	GSPS-02/A	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link	GRIMALDI SELENA	PA	8	40	
2.	GSPS-07/B	Anno di corso 1	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link	ZANIER MARIA LETIZIA	PA	8	40	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
3.	GIUR-05/A	Anno di corso 1	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link	CALZOLAIO SIMONE	PA	6	30	
4.	ECON-07/A	Anno di corso 1	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE MEDIA, DIGITALI E CREATIVE link	PANSONI SOFIA		8	40	
5.	PHIL-04/A	Anno di corso 1	ESTETICA DEI MEDIA link	CIPOLLETTA GIORGIO		8	40	
6.	PHIL-03/A	Anno di corso 1	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link	TIRIBELLI SIMONA	RD	8	40	
7.	ECON-02/A	Anno di corso 1	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link	SEVERINI FRANCESCA	PA	8	60	
8.	PAED-01/A	Anno di corso 1	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link	CEGOLON ANDREA	PA	8	40	✓
9.	PAED-01/A	Anno di corso 1	FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO link	CEGOLON ANDREA	PA	8	60	✓
10.	LICO-01/A	Anno di corso 1	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	8	40	
11.	IINF-05/A	Anno di corso 1	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE link	FRONTONI EMANUELE	PO	9	60	✓
12.	GIUR-05/A	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO link	CALZOLAIO SIMONE	PA	8	40	
13.	ECON-07/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ADVERTISING E PROGETTAZIONE DI CAMPAGNE link	CARDINALI FRANCESCO		4	20	
14.	GSPS-06/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link	RINALDESI LEONARDO		4	20	
15.	PEMM-01/B	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link	CINGOLANI GIORGIO		4	20	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
16.	ECON-07/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI MEDIA PLANNING link	FRANCIA SARA		4	20	
17.	GSPS-06/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PODCASTING PER IL GIORNALISMO E LA NARRAZIONE DI MARCA link	MANDOLINI FRANCESCO		4	20	
18.	GSPS-06/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI TECNICHE E LINGUAGGI DEL GIORNALISMO link	ANNIBALI FRANCESCO		4	20	
19.	IINF-05/A	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB DESIGN link	PAOLANTI MARINA	PA	4	20	
20.	IINF-05/A	Anno di corso 1	LABORATORIO IN GRAPHIC DESIGN PER LA COMUNICAZIONE link	TESTI NICCOLO'		4	20	
21.	LICO-01/A	Anno di corso 1	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	4	20	
22.	ECON-07/A	Anno di corso 1	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link	SPAGNUOLO MICHELE		4	20	
23.	LICO-01/A	Anno di corso 1	LABORATORIO RECUPERO OFA SU COMPRENSIONE DEL TESTO E RAGIONAMENTO LOGICO link	CORSALINI GIULIA		0	20	
24.	GERM-01/C	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA TEDESCA link			6		
25.	ANGL-01/C	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE link	LAZZERETTI CECILIA		8	40	
26.	ITAL-01/A	Anno di corso 1	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link	CORSALINI GIULIA		8	40	
27.	PEMM-01/B	Anno di corso 1	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE link	ARIENZO FRANCESCA		8	40	
28.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA link			8		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
29.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.A (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link			6		
30.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.B (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link	CHIUSAROLI FRANCESCA	PO	2	10	
31.	ECON-07/A	Anno di corso 1	MARKETING link	GISTRI GIACOMO	PO	8	60	✓
32.	GSPS-05/A	Anno di corso 1	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link	BERTOLAZZI ALESSIA	PA	8	40	✓
33.	IINF-05/A	Anno di corso 1	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link	ROSATI RICCARDO	RD	8	40	✓
34.	PSIC-01/A	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link	BONGELLI RAMONA	PA	8	40	✓
35.	PSIC-03/A	Anno di corso 1	PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE link	BONGELLI RAMONA	PA	8	40	
36.	PEMM-01/B	Anno di corso 1	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI link	MANCINO ANTON GIULIO	PA	8	40	
37.	PHIL-04/B	Anno di corso 1	SEMIOTICA link	GARBUGLIA ANDREA		8	40	
38.	GSPS-05/A	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA link	BERTOLAZZI ALESSIA	PA	8	40	✓
39.	GSPS-06/A	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link	BUONCOMPAGNIRD GIACOMO		8	40	✓
40.	GSPS-06/A	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	BUONCOMPAGNIRD GIACOMO		8	40	✓
41.	HIST-03/A	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	VENTRONE ANGELO	PO	8	60	✓
42.	GSPS-03/B	Anno di corso 1	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link	CAR RONALD	PA	8	40	
43.	NN	Anno di corso 2	ATTIVITA' A SCELTA link			16		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
44.	NN	Anno di corso 2	ATTIVITA' FORMATIVA ERASMUS link			8		
45.	GSPS-02/A	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link			8		
46.	GSPS-07/B	Anno di corso 2	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link			8		
47.	GIUR-05/A	Anno di corso 2	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link			6		
48.	ECON-07/A	Anno di corso 2	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE MEDIA, DIGITALI E CREATIVE link			8		
49.	PHIL-04/A	Anno di corso 2	ESTETICA DEI MEDIA link			8		
50.	PHIL-03/A	Anno di corso 2	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link			8		
51.	ECON-02/A	Anno di corso 2	FONDAMENTI DI POLITICA ECONOMICA link			8		
52.	PAED-01/A	Anno di corso 2	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link			8		
53.	PAED-01/A	Anno di corso 2	FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO link			8		
54.	LICO-01/A	Anno di corso 2	FORME DELLA COMUNICAZIONE LETTERARIA link			8		
55.	ECON-07/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI ADVERTISING E PROGETTAZIONE DI CAMPAGNE link			4		
56.	GSPS-06/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link			4		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
57.	PEMM-01/B	Anno di corso 2	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link			4		
58.	ECON-07/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI MEDIA PLANNING link			4		
59.	GSPS-06/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PODCASTING PER IL GIORNALISMO E LA NARRAZIONE DI MARCA link			4		
60.	PAED-01/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link			4		
61.	GSPS-06/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI TECNICHE E LINGUAGGI DEL GIORNALISMO link			4		
62.	IINF-05/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI WEB DESIGN link			4		
63.	IINF-05/A	Anno di corso 2	LABORATORIO IN GRAPHIC DESIGN PER LA COMUNICAZIONE link			4		
64.	LICO-01/A	Anno di corso 2	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link			4		
65.	ECON-07/A	Anno di corso 2	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link			4		
66.	FRAN-01/B	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA FRANCESE link			6		
67.	SPAN-01/C	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA SPAGNOLA link			6		
68.	GERM-01/C	Anno di corso 2	LINGUA E CULTURA TEDESCA link			6		
69.	ITAL-01/A	Anno di corso 2	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link			8		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
70.	GLOT-01/A	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA link			8		
71.	GLOT-01/A	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.A (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link			6		
72.	GLOT-01/A	Anno di corso 2	LINGUISTICA DEI MEDIA Mod.B (modulo di LINGUISTICA DEI MEDIA) link			2		
73.	ECON-07/A	Anno di corso 2	MARKETING link			8		
74.	GSPS-05/A	Anno di corso 2	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE link			8		
75.	IINF-05/A	Anno di corso 2	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link			8		
76.	PROFIN_S	Anno di corso 2	PROVA FINALE link			8		
77.	PSIC-01/A	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DEL LINGUAGGIO E DELLA COMUNICAZIONE link			8		
78.	PSIC-03/A	Anno di corso 2	PSICOLOGIA GENERALE E SOCIALE link			8		
79.	GSPS-06/A	Anno di corso 2	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link			8		
80.	GSPS-08/A	Anno di corso 2	SOCIOLOGIA DEL LAVORO link			8		
81.	GSPS-03/B	Anno di corso 2	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link			8		
82.	NN	Anno di corso 3	ATTIVITA' A SCELTA link			16		
83.	NN	Anno di corso 3	ATTIVITA' FORMATIVA ERASMUS link			8		
84.	GSPS-02/A	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO POLITICO link			8		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
85.	GSPS-07/B	Anno di corso 3	DEVIANZA CONTROLLO SOCIALE E COMUNICAZIONE link			8		
86.	PHIL-04/A	Anno di corso 3	ESTETICA DEI MEDIA link			8		
87.	PHIL-03/A	Anno di corso 3	ETICA DELLA COMUNICAZIONE link			8		
88.	PAED-01/A	Anno di corso 3	FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE link			8		
89.	PAED-01/A	Anno di corso 3	FORMAZIONE, COMPETENZE LAVORO link			8		
90.	ECON-07/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI ADVERTISING E PROGETTAZIONE DI CAMPAGNE link			4		
91.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI FOTOGRAFIA E PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI link			4		
92.	PEMM-01/B	Anno di corso 3	LABORATORIO DI LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO "CLAUDIO GAETANI" link			4		
93.	ECON-07/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI MEDIA PLANNING link			4		
94.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI PODCASTING PER IL GIORNALISMO E LA NARRAZIONE DI MARCA link			4		
95.	PAED-01/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link			4		
96.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI TECNICHE E LINGUAGGI DEL GIORNALISMO link			4		
97.	IINF-05/A	Anno di corso 3	LABORATORIO DI WEB DESIGN link			4		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
98.	IINF-05/A	Anno di corso 3	LABORATORIO IN GRAPHIC DESIGN PER LA COMUNICAZIONE link			4		
99.	LICO-01/A	Anno di corso 3	LABORATORIO IN NARRAZIONI MEDIALI link			4		
100.	ECON-07/A	Anno di corso 3	LABORATORIO IN PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI link			4		
101.	ITAL-01/A	Anno di corso 3	LINGUA LETTERARIA E LINGUAGGI SETTORIALI link			8		
102.	ECON-07/A	Anno di corso 3	MARKETING link			8		
103.	IINF-05/A	Anno di corso 3	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO link			8		
104.	PROFIN_S	Anno di corso 3	PROVA FINALE link			8		
105.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link			8		
106.	GSPS-08/A	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA DEL LAVORO link			8		
107.	GSPS-03/B	Anno di corso 3	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE link			8		

Servizi per gli studenti

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

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

Calendario degli esami di profitto

<https://corsi.unimc.it/it/scienze-della-comunicazione/studiare/come-prenotare-un-esame>

Calendario sessioni della Prova finale

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

Data di inizio dell'attività didattica

19/09/2026

Infrastrutture

Aule

Pdf inserito: [aule-1.pdf](#) 

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [lab_aule_infor.pdf](#) 

Sale Studio

Pdf inserito: [salastudio.pdf](#) 

Biblioteche

Pdf inserito: [biblioteche.pdf](#) 

Servizi a supporto

Orientamento in ingresso e in itinere

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

Pdf inserito: [Orientamento in ingresso e in itinere L-20.pdf](#) 

Tutorato

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

Pdf inserito: [Tutorato.pdf](#) 

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

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

Pdf inserito: [Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno \(tirocini e stage\) L-20.pdf](#) 

Accompagnamento al lavoro

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

Pdf inserito: [Accompagnamento al lavoro L-20.pdf](#) 

Eventuali altre iniziative

Pdf inserito: [Eventuali altre iniziative.pdf](#) 

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale

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 del Learning Agreement (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/eventi/erasmus-studio-outgoing-students-1>).

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

Inserimento atenei in convenzione

Atenei in convenzione per programmi di mobilità internazionale

Nessun Ateneo in convenzione inserito

Monitoraggio dei risultati

Opinioni studenti

Le valutazioni espresse dagli studenti sulla qualità della didattica vengono costantemente esaminate dalla Presidente e dai docenti del Corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione. Ogni anno, il Consiglio di Classe analizza i risultati dell'indagine e, quando necessario, definisce interventi mirati al miglioramento. Questo processo di monitoraggio garantisce l'impegno continuo di docenti e personale tecnico-amministrativo nel rendere l'esperienza formativa degli studenti sempre più soddisfacente.

Per mezzo della compilazione di un questionario, gli studenti hanno la possibilità di valutare la qualità delle attività didattiche e di esprimere il loro livello di soddisfazione o insoddisfazione per ogni singolo insegnamento. Gli indicatori misurati attraverso il questionario sono i seguenti: la valutazione sull'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute (1 item: Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?); la partecipazione e il coinvolgimento nelle lezioni erogate (2 items: Con riferimento all'attività didattica selezionata, quando e in che percentuale ha frequentato le lezioni?; E' interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento?); la soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento (6 items: Il carico di studio dell'insegnamento è proporzionato ai crediti assegnati?; Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?; Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?; Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?; Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc...) sono utili all'apprendimento della materia?; L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?); la soddisfazione generale verso il docente titolare dell'insegnamento (3 items: Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina?; Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?; Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?). La valutazione per ogni singolo item è calcolata tramite un range da 1 a 10 punti. Infine, il questionario si conclude con una domanda con risposta a scelta multipla, in cui gli studenti devono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti volti a migliorare la qualità dell'insegnamento. Per l'anno accademico 2025-2026, i dati esaminati sono provvisori (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 31/08/2026). Tali dati sono messi a confronto con i dati definitivi, raccolti nell'anno accademico 2024-2025 (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 31/08/2026).

Gli indicatori presenti nel questionario compilato dagli studenti sono in primo luogo analizzati in forma aggregata, tenendo conto delle valutazioni ottenute da tutti gli insegnamenti erogati dal Corso di laurea ed effettuando un confronto con i risultati ottenuti nello scorso anno accademico.

Si segnala che, a partire dall'a.a. 2025-2026, il Corso di laurea è interessato da una riforma dell'ordinamento didattico (classe L-20R): le nuove immatricolazioni afferiscono al nuovo ordinamento, mentre gli studenti già iscritti negli anni precedenti proseguono il percorso di studi nel precedente ordinamento (classe L-20), destinato progressivamente ad esaurimento. I dati relativi all'a.a. 2025-2026 derivano, pertanto, dalla somma di due rilevazioni distinte, vale a dire quella della classe L-20R e quella della classe L-20 ad esaurimento.

Per l'anno accademico 2025-2026, alla data del 31/08/2026, sono stati raccolti complessivamente 2.122 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 828 relativi alla classe L-20R (463 frequentanti, 178 non frequentanti, 187 e-learning) e 1.294 relativi alla classe L-20 ad esaurimento (752 frequentanti, 413 non frequentanti, 129 e-learning). Sommando le due coorti, risultano 1.215 questionari compilati da studenti frequentanti (hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni), 591 da studenti non frequentanti (hanno frequentato meno del 50%) e 316 da studenti iscritti ai servizi aggiuntivi di didattica e-learning. Il totale complessivo risulta inferiore rispetto ai 3.260 questionari, ormai definitivi, raccolti nell'a.a. 2024-2025 (anno in cui il corso era ancora interamente strutturato nella classe L-20). Tale differenza è in parte riconducibile alla natura ancora provvisoria della rilevazione in corso e potrà ridursi con il consolidamento dei dati.

Rispetto al primo indicatore, inerente all'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute dagli studenti, nell'a.a. 2025-26 gli studenti frequentanti esprimono, sommando le due coorti, una valutazione media pari a 7,37, in aumento rispetto al dato registrato nell'a.a. 2024-25 (7,17, dato definitivo). Gli studenti non frequentanti attribuiscono una valutazione di 7,23, anch'essa in aumento rispetto all'anno precedente (7,05); gli iscritti ai servizi e-learning esprimono un giudizio di 7,47, in lieve diminuzione rispetto al valore dello scorso anno (7,79), pur mantenendosi su un livello pienamente soddisfacente. La partecipazione e il coinvolgimento degli studenti verso gli insegnamenti del CdS sono misurati sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni, sia attraverso il livello di interesse che gli studenti percepiscono verso gli argomenti trattati nei singoli insegnamenti. Riguardo alla frequenza, tra i due anni accademici esaminati si osserva una diminuzione della quota di risposte ottenute dagli studenti frequentanti (57,3% nell'a.a. 2025-26, sommando i due ordinamenti; 64,4% nell'a.a. 2024-25) e un lieve aumento sia per gli studenti non frequentanti (27,9% nel 2025-26; 25,7% nel 2024-25) sia, in misura più sensibile, per la componente e-learning (14,9% nel 2025-26; 9,8% nel 2024-25). Tale variazione nella composizione dei rispondenti appare in parte riconducibile alla fase di transizione tra i due ordinamenti e alla natura ancora provvisoria della rilevazione 2025-26.

Per quanto concerne il livello di interesse per gli argomenti affrontati nei vari insegnamenti, gli studenti hanno valutato positivamente questo indicatore. Nel dettaglio, nell'a.a. 2025-26 gli studenti frequentanti hanno assegnato, sommando le due coorti, un voto medio di 8,06, in crescita rispetto al valore dell'anno precedente (7,87 nell'a.a. 2024-25). Per gli studenti non frequentanti la media è di 7,50, sostanzialmente stabile rispetto a 7,55 dell'anno precedente; per gli studenti e-learning la valutazione, pur restando ampiamente positiva, è di 8,37, in lieve diminuzione rispetto a 8,64 dell'a.a. precedente.

Riguardo alla soddisfazione per l'organizzazione generale degli insegnamenti, nell'a.a. 2025-2026 i valori riscontrati per i 6 items analizzati, sommando le due coorti, offrono nel complesso un quadro positivo. Il carico di studio dei singoli insegnamenti è considerato proporzionato ai crediti attribuiti, con un voto medio di 7,98 (frequentanti), 7,55 (non frequentanti) e 8,08 (e-learning); i valori risultano in lieve aumento rispetto all'anno precedente per frequentanti e non frequentanti (rispettivamente 7,78 e 7,49), mentre per la componente e-learning si registra una lieve diminuzione (8,40 nel 2024-25). Il materiale didattico è valutato come adeguato allo studio della materia, con un voto medio di 7,95 (frequentanti), 7,57 (non frequentanti) e 8,15 (e-learning): il dato è sostanzialmente stabile per i frequentanti (7,91 nel 2024-25), in lieve diminuzione per i non frequentanti (7,66) e per gli e-learning (8,46). Le modalità di svolgimento dell'esame risultano definite in modo chiaro, con un voto medio di 8,36 per gli studenti frequentanti (dato stabile rispetto a 8,36), 7,78 per i non frequentanti (in lieve diminuzione rispetto a 8,01) e 8,32 per gli e-learning, anch'esso in lieve diminuzione rispetto a 8,54. Gli orari di svolgimento delle lezioni risultano sostanzialmente rispettati, con un valore di 8,14 per gli studenti frequentanti, pressoché stabile rispetto a 8,22 dell'anno precedente. Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc.) sono ritenute utili per l'apprendimento della materia dagli studenti frequentanti, con un voto medio di 7,89, in lieve aumento rispetto a 7,79. In merito all'item 'L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio', il voto medio tra gli studenti frequentanti è di 8,30, sostanzialmente stabile rispetto a 8,25 dell'anno precedente.

I dati registrati concernenti la soddisfazione generale per il metodo di insegnamento dei docenti delineano un quadro di ampio apprezzamento per i docenti del CdS. Per gli studenti frequentanti, la valutazione dell'item 'Il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina' è pari a 8,10, in lieve crescita rispetto al valore registrato nell'a.a. 2024-25 (8,03); per gli studenti e-learning il valore è di 8,24, che pur restando su un valore pienamente positivo appare in leggera diminuzione rispetto all'8,64 registrato l'anno precedente. Per quanto riguarda la chiarezza nell'esporre gli argomenti da parte dei docenti, il voto medio assegnato dagli studenti frequentanti è 8,09, in lieve crescita rispetto all'anno precedente (8,02); l'analogo item per gli e-learning ('Il docente predispone supporti adeguati a presentare gli argomenti in modo chiaro') ottiene 8,30, in lieve diminuzione rispetto a 8,54. I docenti risultano inoltre disponibili per chiarimenti e spiegazioni: la valutazione media è 8,34 per gli studenti frequentanti (in lieve aumento rispetto a 8,25), 7,85 per i non frequentanti (dato stabile rispetto a 7,89) e 8,43 per gli studenti e-learning, in lieve diminuzione rispetto a 8,56.

Riguardo agli studenti iscritti in modalità e-learning, il questionario presenta alcuni item specifici inerenti all'erogazione delle lezioni. Il primo item 'Le attività didattiche on line (filmati multimediali, unità ipertestuali...) sono di facile accesso e utilizzo?' fa registrare un valore medio di 7,90, in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (8,07). La domanda 'Le attività didattiche diverse dalle lezioni (esercitazioni, chat, forum, etc.), ove presenti sono state utili all'apprendimento della materia?' ha rilevato un valore medio di 7,86, in diminuzione rispetto a 8,28 dell'anno passato. Infine, la domanda

'Il tutor è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?' ha ottenuto un valore medio pari a 8,20, in lieve diminuzione rispetto allo scorso anno accademico (8,33).

Rispetto alla domanda a scelta multipla che chiude il questionario e che propone un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento, le risposte selezionate con maggior frequenza da tutti gli studenti (frequentanti, non frequentanti ed e-learning, sommando le due coorti dell'a.a. 2025-26) sono state le seguenti: alleggerire il carico didattico complessivo (278 risposte); migliorare la qualità del materiale didattico (261 risposte); fornire più conoscenze di base (250 risposte); aumentare l'attività di supporto didattico (171 risposte).

I medesimi indicatori sono stati analizzati per ciascun insegnamento offerto dal CdS nell'anno accademico 2025-26. Dalle valutazioni espresse dagli studenti emerge complessivamente un quadro favorevole, con la presenza di un numero molto limitato di criticità. In particolare, sono considerati "critici" gli indicatori per i quali un determinato insegnamento ha conseguito un voto inferiore a 6, avendo ottenuto un minimo di 5 risposte. Riguardo agli insegnamenti dell'ambito delle Scienze umane ed economico-sociali, un insegnamento presenta un indicatore critico per gli studenti non frequentanti in merito all'item "Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?". Tra le attività formative affini o integrative, un insegnamento presenta un indicatore critico inerente all'item "Le attività con servizi aggiuntivi di didattica on line (filmati multimediali, unità ipertestuali...) sono di facile accesso e utilizzo?" riscontrato tra gli e-learning.

Nel complesso, l'analisi aggregata delle valutazioni attribuite agli insegnamenti restituisce un quadro positivo. Tale quadro è confermato anche dall'analisi delle valutazioni disaggregate per singolo insegnamento, da cui emergono soltanto due indicatori critici per due insegnamenti. Un lieve scostamento rispetto alle valutazioni dell'anno accademico 2024/25 si segnala per gli studenti e-learning, ma, trattandosi di dati non definitivi e di variazioni minime, dell'ordine di pochi decimi o centesimi di punto, tali scostamenti non incidono in maniera significativa sulla qualità dei singoli insegnamenti e dell'offerta formativa generale, che si conferma in generale pienamente soddisfacente.

Pdf inserito: [L-20 Valutazione della didattica.pdf](#) 

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 a un campione di 103 laureati nell'anno solare 2025 (su 125 laureati totali) e sono aggiornati ad aprile 2026. Attraverso il questionario, sono valutati alcuni indicatori, quali la soddisfazione generale riguardo al Corso di laurea in Scienze della Comunicazione, il rapporto con i docenti, l'organizzazione della didattica, le strutture in cui si svolgono le attività didattiche. Per quanto concerne la soddisfazione generale per il Corso di laurea, la maggioranza degli intervistati (87,2%) si dichiara complessivamente soddisfatta del corso (dato ottenuto aggregando le risposte 'decisamente sì' e 'più sì che no'), un valore leggermente inferiore a quello riscontrato a livello di Ateneo negli altri Corsi di laurea (90,0%). Un ulteriore indicatore che mostra l'apprezzamento degli studenti verso il Corso di laurea monitora quanti studenti si iscriverebbero di nuovo nello stesso corso di laurea. Ciò che emerge è che il 63,7% degli studenti laureati si iscriverebbe nuovamente a Scienze della Comunicazione presso l'Università di Macerata, un dato inferiore alla media di Ateneo del 72,5%. Anche l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti, pur restando su un giudizio nel complesso positivo (87,3%), risulta in lieve diminuzione rispetto alla rilevazione precedente e leggermente inferiore al dato di Ateneo (89,4%): più in dettaglio, il 31,4% ha scelto la risposta 'decisamente sì' (contro il 33,2% riscontrato a livello di Ateneo), il 55,9% 'più sì che no' (56,2% su base Ateneo). Tuttavia, si tratta di scostamenti minimi, che mostrano in generale un quadro positivo.

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 (91,1%, di cui il 52,9% risponde 'decisamente sì') esprime un parere positivo. Il secondo indicatore valuta la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): il 38,2% dei laureati intervistati è stato 'sempre o quasi sempre soddisfatto' dell'organizzazione degli esami (38,3% a livello di Ateneo per i laureati della stessa tipologia di corso), il 43,1% 'per più della metà degli esami' (42,3% a livello di Ateneo). Il terzo indicatore rileva il tasso di frequenza degli insegnamenti da parte degli studenti. Il campione analizzato si caratterizza per una buona regolarità nella frequenza accademica, in quanto il 53,9% degli intervistati ha frequentato più del 75% degli insegnamenti (57,3% a livello di Ateneo) e il 19,6% ha frequentato tra il 50% e il 75%.

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 47,4% degli intervistati (superiore al dato di Ateneo, pari al 44,7%), 'spesso adeguate' dal 46,4% (48,2% per i laureati a livello di Ateneo). Riguardo alla valutazione delle postazioni informatiche, la maggioranza dei laureati intervistati (64,6%) ritiene che le postazioni siano in numero adeguato (un dato sostanzialmente allineato a quello riscontrato a livello di Ateneo, pari al 65,8%), mentre il 35,4% sostiene che non siano sufficienti. Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 39,0% degli intervistati le ritiene 'sempre o quasi sempre adeguate' (dato sostanzialmente allineato alla media di Ateneo, pari al 39,6%) e il 50,6% 'spesso adeguate' (49,0% a livello di Ateneo). Infine, i servizi bibliotecari raccolgono un giudizio in miglioramento e ampiamente soddisfacente: il 62,8% li valuta in modo 'decisamente positivo' (dato di Ateneo 60,5%) e il 37,2% 'abbastanza positivo' (37,7% a livello di Ateneo).

Pdf inserito: [L-20 ALMALAUREA 2025.pdf](#) 

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Anno accademico 2025/2026, dati estratti il 31.08.2026
Fonte dati: mia.unimc.it

INGRESSO

Il trend di crescita del numero di immatricolazioni al corso di laurea triennale, molto positivo nel triennio precedente, registra quest'anno un'inversione di tendenza: nell'a.a. 2025/26 gli immatricolati sono stati complessivamente 133 (tutti nella nuova classe L-20 R, al primo anno di attivazione del nuovo ordinamento), contro i 168 dell'a.a. 2024/25. Coerentemente, il numero totale di studenti iscritti al primo anno, sommando le due classi (L-20 e L-20 R), è stato pari a 176, in diminuzione rispetto ai 217 dell'anno precedente. Il numero complessivo degli studenti iscritti al corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione risulta invece sostanzialmente stabile: sommando i due ordinamenti, il totale degli iscritti nell'a.a. 2025/26 è pari a 607, un dato pressoché in linea con i 625 dell'anno precedente. Il dato relativo agli studenti che usufruiscono dei servizi di e-learning è in aumento: erano 76 nel 2024/25, mentre nel 2025/26, sommando le due classi, sono stati 90. Rispetto agli studenti iscritti con un titolo di accesso straniero, il dato si conferma marginale: pari all'1,38% nel 2024/25, torna a essere nullo nell'a.a. 2025/26 per entrambe le classi.

Tenuto conto del calo delle iscrizioni, il Corso di laurea ha apportato un aggiornamento di tutti i Laboratori per l'anno accademico 2026/2027 e ha avviato un processo di revisione dell'ordinamento didattico per l'anno accademico 2027/2028.

PERCORSO

Alcuni indicatori consentono di monitorare la carriera degli studenti; per gli indicatori legati al passaggio dal primo al secondo anno si fa riferimento ai soli iscritti alla classe L-20, poiché gli iscritti alla nuova classe L-20 R, essendo tutti al primo anno, non hanno ancora maturato tali indicatori. Il quadro che emerge mostra una generale regolarità del percorso di studi, con alcuni indicatori in significativo miglioramento rispetto agli anni precedenti. Nel

dettaglio, gli studenti che si iscrivono al secondo anno avendo acquisito almeno 40 CFU, dopo essersi attestati intorno al 55% nel biennio precedente (55,70% nel 2023/24; 54,43% nel 2024/25), sono saliti in modo significativo al 73,33% nel 2025/26. Anche il dato relativo agli studenti iscritti in corso che hanno acquisito almeno 6 CFU al primo anno si conferma in crescita (92,17% nel 2023/24; 92,47% nel 2024/25; 96,55% nel 2025/26). Ulteriori indicatori riguardano la quota di studenti inattivi (coloro che hanno acquisito nell'anno accademico un numero di CFU inferiore a 5) e di studenti fuori corso. Gli inattivi, calcolati sul complesso degli iscritti ai due ordinamenti, sono pari al 15,61% nel 2025/26, in aumento rispetto al 12,18% del 2024/25 (13,46% per la classe L-20, 20,79% per i soli iscritti alla nuova L-20 R, ancora al primo anno). Gli studenti fuori corso, dato al momento significativo solo per la classe L-20, risultano invece in aumento dopo due anni di miglioramento: dal 13,28% del 2024/25 al 20,05% del 2025/26. Altri indicatori permettono di monitorare la fedeltà degli studenti al corso di studio, con una situazione che si conferma molto positiva per la classe L-20. La percentuale di studenti del primo anno che si riscrivono al II anno dello stesso corso di studi prosegue nella crescita già registrata negli anni precedenti: dal 68,30% del 2023/24, al 71,97% del 2024/25, fino al 73,24% del 2025/26. Parimenti, il tasso di abbandono del corso di laurea continua a diminuire: dal 21,24% del 2023/24, al 18,07% del 2024/25, fino al 16,63% del 2025/26. Per gli iscritti alla nuova classe L-20 R questi indicatori non sono ancora disponibili, non essendo trascorso un anno accademico completo dall'immatricolazione. Per quanto riguarda il numero medio di CFU acquisiti dagli studenti Erasmus (classe L-20), il dato prosegue nella lieve diminuzione già osservata negli anni precedenti: 34 crediti nel 2023/24, 29 nel 2024/25, 24 nel 2025/26.

USCITA

Il numero di studenti laureatisi nell'anno solare 2026 è, alla data di estrazione, pari a 72; il dato è tuttavia ancora fortemente provvisorio, poiché la maggior parte delle sessioni di laurea del 2026 non è stata ancora svolta. Per confronto, il dato relativo al 2025, riportato come provvisorio (87 laureati) nella precedente rilevazione, risulta ora consolidato a 126 laureati; nel 2024 i laureati erano stati 90. La durata media del corso di studi dall'iscrizione al conseguimento del titolo si conferma sostanzialmente stabile: 3 anni e 10 mesi nel 2024, 3 anni e 7 mesi nel 2025 (dato ora consolidato) e, sia pure in via provvisoria, 3 anni e 7 mesi anche nel 2026. Il tasso di laurea, ossia la percentuale di studenti laureati in corso, era pari al 63,72% nel 2024 e al 57,34% nel 2025 (quest'ultimo, tuttavia, è un dato non definitivo).

PDF inserito: [L20 L20R Dati ingresso percorso uscita.pdf](#) 

Efficacia Esterna

I dati di ingresso nel mercato del lavoro dei laureati in Scienze della Comunicazione, rilevati nell'anno solare 2024, ad un anno dal conseguimento del titolo, sono stati estratti dalla banca dati AlmaLaurea riguardante la condizione occupazionale dei laureati ad Aprile 2026. Tra i 91 laureati del 2024, 66 hanno partecipato alla rilevazione tramite questionario condotta da AlmaLaurea, e tra questi ultimi il collettivo esaminato è stato ristretto a 36 individui, in quanto sono stati considerati soltanto i laureati che non lavoravano al momento della laurea.

Il quadro che la rilevazione di AlmaLaurea restituisce è nel complesso positivo. Il tasso di occupazione, ad un anno dal conseguimento del titolo, risulta pari al 44,4%, superiore al tasso di occupazione registrato tra i laureati a livello di Ateneo (32,1%). Inoltre, la percentuale dei laureati triennali che, al momento della rilevazione, risultavano iscritti ad un corso magistrale, è pari al 72,2%, un dato lievemente inferiore alla media riscontrata presso i laureati a livello di Ateneo (73,9%).

La retribuzione media dei laureati ad un anno dal titolo si assesta a € 958, un valore in lieve diminuzione rispetto alla retribuzione media del collettivo di laureati triennali a livello di Ateneo (€ 980).

L'indicatore relativo alla soddisfazione per il lavoro mostra un quadro sostanzialmente stabile. In una scala tra 1 e 10 i laureati della Classe L-20 esprimono un giudizio pari a 7,4, sostanzialmente allineato a quello dei laureati a livello di Ateneo (7,5). Riguardo alla quota di laureati che dichiara di utilizzare in misura elevata le competenze acquisite con la laurea, il valore è pari al 25% nel corso L-20, inferiore a quello rilevato nel collettivo di laureati triennali a livello di Ateneo (46,2%).

PDF inserito: [L-20 ALMALAUREA 2025.pdf](#) 

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

I dati relativi ai questionari compilati al termine dello stage curriculare dai tutor aziendali degli enti e delle imprese ospitanti gli studenti di Scienze della Comunicazione durante l'anno solare 2025 sono aggiornati al 31/08/2026. Il collettivo indagato comprende in tutto 120 aziende/enti.

L'analisi dei questionari finali compilati dai tutor degli enti ospitanti restituisce un quadro ampiamente positivo per gli studenti della Classe L-20, in ulteriore miglioramento rispetto alla rilevazione precedente. Il 90,83% degli intervistati ha valutato le funzioni e i compiti svolti dallo stagista molto congruenti con il progetto formativo relativo allo stage (il restante 9,17% li ha valutati abbastanza congruenti, senza alcuna valutazione negativa). Inoltre, i tutor aziendali hanno apprezzato la preparazione degli stagisti in una serie di competenze trasversali, quali:

- Gestire il tempo e organizzare il proprio lavoro: molto competente (75,83%), abbastanza competente (22,50%), poco competente (1,67%);
- Raccogliere, selezionare e elaborare informazioni: molto competente (78,33%), abbastanza competente (20,83%), poco competente (0,83%);
- Lavorare in gruppo: molto competente (76,67%), abbastanza competente (16,67%), poco competente (0,83%), non era previsto dallo stage (5,83%);
- Adattarsi ai cambiamenti ed essere flessibile di fronte a diverse situazioni: molto competente (79,17%), abbastanza competente (19,17%), non era previsto dallo stage (1,67%);
- Comunicare con gli altri e trasmettere informazioni: molto competente (79,17%), abbastanza competente (19,17%), poco competente (0,83%), non era previsto dallo stage (0,83%);
- Intraprendere azioni di propria iniziativa: molto competente (67,50%), abbastanza competente (26,67%), poco competente (0,83%), non era previsto dallo stage (5,00%);

Anche la preparazione degli studenti relativamente alle competenze informatiche risulta molto buona, in crescita rispetto alla rilevazione precedente.

Secondo i tutor aziendali, infatti, gli stagisti si sono dimostrati molto competenti (66,67%) o abbastanza competenti (30,83%) nell'utilizzo dei software e pacchetti informatici. In merito alle competenze linguistiche dei tirocinanti, in circa il 36,67% degli stage considerati non era previsto l'utilizzo di una lingua straniera. Nei casi restanti, il 44,17% dei tutor aziendali ha ritenuto gli studenti molto competenti nell'intrattenere una conversazione e produrre testi in lingua straniera, mentre il 19,17% li ha valutati come abbastanza competenti; nessuno/a stagista è stato/a valutato/a per nulla competente.

Infine, i tutor aziendali sono stati interpellati anche su due aspetti di sintesi della propria esperienza di affiancamento: il 97,54% dichiara di aver rilevato punti di forza nella preparazione degli studenti, mentre il 61,16% segnala anche la presenza di aree di miglioramento nella preparazione degli stessi, a conferma di un giudizio complessivo molto positivo, pur se accompagnato da spunti utili per il miglioramento continuo dell'offerta formativa.

PDF inserito: [L-20 Questionario finale tutor ente ospitante.pdf](#) 