



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di MACERATA
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione e culture digitali ( <i>IdSua:1590061</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	Communication and digital cultures
<b>Classe</b>	LM-19 - Informazione e sistemi editoriali
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="http://spocri.unimc.it/it">http://spocri.unimc.it/it</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.unimc.it/it/iscrizione-e-carriera/tasse-contributi/come-quando-pagare">https://www.unimc.it/it/iscrizione-e-carriera/tasse-contributi/come-quando-pagare</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	BERTOLAZZI Alessia
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio delle Classi Unificate in Scienze della Comunicazione L20 e Comunicazione e culture digitali LM19
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali (Dipartimento Legge 240)

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CALZOLAIO	Simone		PA	1	

2.	GIOVANOLA	Benedetta	PO	1
3.	MANCINO	Anton Giulio	PA	1
4.	PAOLANTI	Marina	RD	1
5.	PRETAROLI	Rosita	PA	1
6.	TIRIBELLI	Simona	RD	1

<b>Rappresentanti Studenti</b>	CINELLA LUCREZIA l.cinella@studenti.unimc.it TORREGROSSA CARLO c.torregrossa@studenti.unimc.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	ALESSIA BERTOLAZZI SIMONE CALZOLAIO ROBERTA CATENA BENEDETTA GIOVANOLA MARINA PAOLANTI SIMONA TIRIBELLI CARLO TORREGROSSA
<b>Tutor</b>	Rosita PRETAROLI Benedetta GIOVANOLA Simone CALZOLAIO Simona TIRIBELLI Marina PAOLANTI



## Il Corso di Studio in breve

18/05/2023

Il Corso di studio magistrale in Comunicazione e culture digitali offre una solida preparazione volta ad acquisire competenze avanzate per svolgere ruoli gestionali e di responsabilità nelle professioni del settore dell'informazione e della comunicazione, in ambito pubblico e privato, nelle industrie culturali, editoriali, pubblicitarie e creative, nonché nel mondo imprenditoriale. Le conoscenze e le competenze fornite consentono ai laureati di utilizzare le tecnologie informatiche e dell'intelligenza artificiale, nonché produrre contenuti multimediali per la gestione dei processi e dei flussi comunicativi interni ed esterni ad enti, istituzioni e imprese.

Inoltre, il profilo culturale e professionale dei laureati è fondato sulla conoscenza delle risorse espressive della lingua italiana e delle lingue straniere e sull'acquisizione di competenze trasversali di tipo semiologico, economico, sociologico, psicologico, giuridico, letterario, indispensabili per le professioni nel campo dell'informazione e comunicazione digitale. In particolare, ambiti tematici e disciplinari caratterizzanti il corso di studio riguardano la comunicazione digitale pubblica e d'impresa, il social media marketing, lo storytelling e la definizione dell'immagine aziendale, l'etnografia digitale, la psicologia ed etica dei media digitali, l'informatica multimediale e intelligenza artificiale e la gestione della privacy nel campo delle tecnologie digitali.

Il corso prevede sia un tirocinio curriculare obbligatorio, sia laboratori specifici, che hanno lo scopo di trasmettere agli studenti competenze professionalizzanti, funzionali all'acquisizione di abilità pratiche e all'inserimento nel mondo del lavoro. 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.

I Laureati in Comunicazione e culture digitali possono trovare occupazione nei vari comparti della comunicazione aziendale, della comunicazione pubblica, delle pubbliche relazioni, dell'editoria, dell'organizzazione di eventi, delle agenzie

di stampa e pubblicitarie. I profili professionali che il Corso mira a formare sono, tra gli altri, figure esperte in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa, responsabili dell'ufficio stampa, responsabili dell'ufficio relazioni con il pubblico, consulenti di immagine, copywriters, redattori di testi pubblicitari, brand storytellers.

Link: [http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta\\_didattica/corsi-di-studio](http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/corsi-di-studio)



QUADRO A1.a

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

22/01/2021

Come previsto dalla normativa universitaria vigente su richiesta del Presidente del Corso di studi, prof. Andrea Rondini, e della vicedirettrice del Dipartimento di Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali, prof. Barbara Pojaghi, è stata convocata una riunione con le organizzazioni rappresentative del mondo del lavoro. In questa occasione è stata presentata la proposta di modifica della Classe di laurea e sono state esplicitate le motivazioni di tale scelta. I presenti hanno condiviso e considerato innovativa la scelta del Corso di studi e si sono dichiarati favorevoli a questo cambiamento, anche tenendo conto della maggiore aderenza ai molteplici aspetti della comunicazione. Si allega il verbale della riunione.

Oltre all'incontro citato, il rapporto con i portatori d'interesse del mondo del lavoro si è sviluppato nel tempo attraverso singole consultazioni e scambi di informazioni tra partner che da tempo attuano forme di collaborazione con l'Ateneo di Macerata.

Ne sono prova le numerose convenzioni con le imprese e le istituzioni del territorio su tirocini formativi in editoria e comunicazione multimediale; i corsi di aggiornamento nell'ambito della comunicazione pubblica, in particolare attraverso i new media (in collaborazione con la Camera di Commercio di Macerata e l'INPS Marche) ed infine il consolidato accordo di collaborazione con la Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti (TP), grazie al quale sono stati attivati laboratori formativi e pratici in materia di comunicazione e tecniche pubblicitarie.

Inoltre, con PEC del 19 maggio 2015, sono state consultate le seguenti imprese e istituzioni: Comune di Macerata, Comune di Osimo, Camera di Commercio di Macerata, INPS Marche, Semplicissimus Book Farm, Multilingue, Myda eventi, Emmaus redazione, SKY 24, Associazione Arena Sferisterio, per determinare e affinare l'offerta formativa sulla base della richiesta del mercato del lavoro.

In particolare, l'insieme delle risposte delle organizzazioni consultate, pervenute con PEC del 20 e 21 maggio 2015, mostrano una serie di esigenze eterogenee che tuttavia trovano il loro denominatore comune nella necessità di valersi di personale che conosca le dinamiche della comunicazione digitale e che, pertanto, a partire da questa base sia in grado di poter accedere ad una formazione professionalizzante da parte delle singole imprese.

Il parere delle organizzazioni in merito agli obiettivi del percorso di studi in Scienze della Comunicazione è stato determinante nella scelta della nuova classe delle lauree. In particolare, come si evince dalle risposte delle stesse organizzazioni, la classe magistrale può colmare il bisogno di personale con competenze nelle tecniche e nelle metodologie innovative del sistema dell'informazione.

Dal punto di vista dei contenuti lo scambio costante di informazioni con le organizzazioni ha permesso di formulare un ordinamento didattico che contempla la multidisciplinarietà della domanda di formazione. Trovano risposta sia le esigenze delle imprese relativamente alla produzione e gestione delle risorse digitali multimediali, con rispetto degli standard tecnici, informativi e gestionali e in particolare alla comunicazione digitale (progettazione dei sistemi multimediali, sociologia della comunicazione delle nuove organizzazioni a rete, i nuovi strumenti di marketing digitali, piattaforme e social media) (cfr. scheda SUA, discipline caratterizzanti l'offerta formativa della nuova LM-19); sia le esigenze delle istituzioni relativamente alla Comunicazione pubblica in Italia e in Europa, all'open government e l'e-government attraverso l'uso delle nuove tecnologie nella Pubblica Amministrazione (cfr. scheda SUA, discipline caratterizzanti l'offerta formativa della nuova LM-19).

Successivamente alla istituzione del Corso di Studio sono state consultate le parti sociali su base annuale, variando, di volta in volta, la tipologia e la portata degli stakeholder coinvolti per poter avere dei riscontri ad ampio raggio sulla bontà dell'offerta formativa erogata in base alle mutevoli esigenze del mercato del lavoro. Nello specifico, per stabilire un contatto sempre attivo con le parti interessate è stato costituito un Comitato d'Indirizzo nel 2017 che è stato poi rinnovato

nella sua composizione nel 2020. Fanno parte del Comitato d'Indirizzo alcuni docenti del CdS (referenti scheda sua, delegato al placement e presidente del CdS), i rappresentanti degli studenti e alcuni esponenti del mondo del lavoro, coerenti con i profili culturali in uscita.

I rappresentanti delle professioni hanno ritenuto adeguati la denominazione del corso e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso intende formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro hanno suggerito di continuare ad investire nell'offerta laboratoriale (in particolare rafforzando l'offerta in ambito informatico e dell'intelligenza artificiale). Inoltre, hanno apprezzato la revisione dell'offerta formativa effettuata dai docenti del CdS attraverso la revisione delle denominazioni e dei contenuti degli insegnamenti a partire dall'a.a. 2020/21 suggerendo di trasformare il laboratorio in 'digital ethnography' (a scelta dello studente) in un insegnamento stabilmente collocato nell'offerta formativa in modo da dare agli studenti degli strumenti utili all'analisi delle conversazioni sulla rete. Competenza rilevante per renderli maggiormente in linea con le sfide che la comunicazione digitale pone. Tale suggerimento è stato ritenuto importante e accolto dal CdS che ha intrapreso una modifica ordinamentale per poter assecondare la richiesta.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.b

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

18/05/2023

Per garantire il costante aggiornamento del progetto formativo e dei profili professionali in uscita, il CDS in Comunicazione e Culture Digitali implementa due differenti azioni:

- a) consultazione continua degli attori rappresentativi delle principali funzioni socio economiche del territorio di riferimento. L'azione di consultazione viene sviluppata con l'obiettivo di rendere maggiormente sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, per una riprogettazione permanente del Corso di Studi, in linea con i cambiamenti del settore dei media e della comunicazione digitale al quale questo CDS si rivolge;
- b) analisi documentale da parte del Comitato di Indirizzo sull'efficacia del progetto formativo e sui profili culturali in uscita, finalizzata a: valutare la coerenza fra i profili culturali in uscita e la propria offerta formativa, anche in confronto con l'offerta formativa erogata a livello regionale e nazionale nella medesima classe; approfondire e fornire elementi in merito alle effettive potenzialità occupazionali dei laureati del CdS.

In particolare, sono state intraprese le iniziative elencate di seguito, suddivise per anno accademico (per approfondimenti, si rimanda al file allegato 'Verbali e documenti consultazioni LM-19').

Anno accademico 2015-2016

Il CdS, tramite i proff. Bertolazzi, Pojaghi, Gistri, Bongelli, D'Ambrosi e Cegolon, ha formulato un'intervista semi-strutturata, composta sia da domande aperte sia chiuse valutabili attraverso un punteggio da 1 a 7, che è stata somministrata a partire dal mese di ottobre del 2015 (con successivi reminder), attraverso il sistema Survey online di Ateneo, ad un insieme di stakeholder al fine raccogliere le opinioni in merito alla rispondenza dell'offerta formativa del CdS LM-19 alle esigenze del mondo del lavoro. Gli stakeholder sono stati scelti garantendo la rappresentatività della varietà dei settori produttivi e del territorio di riferimento (regionale, nazionale e sovranazionale). Il gruppo selezionato comprende una pluralità di soggetti (enti pubblici, associazioni, organizzazioni no-profit e aziende private), operanti in settori diversificati. Gli stakeholder rispondenti sono stati: 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. I rispondenti 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.

La valutazione espressa dagli intervistati sul CdS è positiva. Tra i punti di forza emerge la pertinenza degli insegnamenti con gli obiettivi del corso. Gli intervistati valutano positivamente alcune materie in ambito storico-giuridico, diritto di Internet e comunicazione pubblica. Tra i punti da sottoporre ad attenzione e riflessione da parte del CdS, vi sono la necessità di aumentare maggiormente le attività pratiche e il potenziamento degli insegnamenti nell'area informatica, linguistica, economica aziendale e di produzione audiovisiva. La metà dei rispondenti ritiene di sottolineare un apprezzamento positivo per l'offerta formativa del CdS, mentre l'altra metà evidenzia l'esigenza di potenziare il rapporto con le aziende durante il percorso formativo degli studenti.

I risultati dell'intervista semi-strutturata, discussi nel CCU del 4 maggio 2016, costituiscono un punto di partenza da implementare sia in termini longitudinali (ripetere la consultazione nel corso del tempo) che in un'ottica integrativa con altre forme di consultazione (analisi di dati primari e secondari). In particolare il CdS, in relazione ai risultati dell'intervista semi-strutturata ha individuato le seguenti azioni: l'allargamento della lista degli stakeholder per settore e per riferimento geografico; rendere stabile e continuativa l'indagine survey; integrare questo tipo di consultazione con una consultazione delle parti sociali da svolgersi in presenza sotto forma di tavola rotonda. Durante il CCU del 4 maggio 2016, si programma l'organizzazione di incontri tematici dedicati alle professioni della comunicazione nei quali sono invitati gli stakeholder di riferimento per il CdS per discutere dell'offerta formativa.

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: l'agenzia di comunicazione indipendente Pii 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 di questo 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:

-gli obiettivi formativi sono stati valutati congruenti da parte di tutti i rappresentanti del mondo del lavoro con l'offerta formativa proposta dal CDS, ben strutturata e completa, e appropriati alle richieste del mercato del lavoro, vista la sua declinazione digitale, ritenuta oggi di fondamentale importanza, nei settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit;

-le figure professionali previste dal CDS ed indicate nella scheda SUA risultano adeguate rispetto all'offerta formativa del CDS e alle richieste del mercato del lavoro.

Dal colloquio in presenza è emerso che le parti sociali consultate ritengono un punto di forza di questo CDS l'importanza rivolta alla formazione di competenze specifiche nel campo del social media marketing, della digitalizzazione degli enti pubblici, della gestione della privacy, della realizzazione di prodotti audiovisivi, sia attraverso gli insegnamenti che attraverso i laboratori professionalizzanti i cui obiettivi mirano specificamente proprio all'acquisizione di suddette competenze. Oltre all'apprezzamento espresso nei confronti delle attività laboratoriali, gli stakeholder hanno espresso una positiva valutazione anche per quanto concerne l'obbligatorietà dell'attività di stage.

Inoltre, il confronto con le parti sociali non ha fatto emergere particolari criticità in merito all'offerta formativa proposta. Gli stakeholder suggeriscono di continuare nella direzione già intrapresa dal CDS, anche attraverso una continua collaborazione con imprese e associazioni, aumentando le occasioni di incontro per creare dei casi di studio da analizzare in aula.

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

Anno accademico 2017/2018

All'interno del CCU (rispettivamente nelle sedute del 01/02/2017 e 14/03/2017) e durante una prima riunione (tenutasi il 12/04/2017, i cui esiti sono stati discussi nelle successive sedute del CCU), è stata discussa l'istituzione del comitato di indirizzo e le attività da intraprendere. Alla riunione hanno partecipato i docenti responsabili per la creazione del comitato (prof.ssa Ramona Bongelli, prof.ssa Rosita Pretaroli, prof.ssa Alessia Bertolazzi, prof. Andrea Cegolon, prof. Giacomo Gistri, prof. Simone Calzolaio), che si sono confrontati sul modello da seguire e, in particolare, sulle associazioni di categoria da coinvolgere, nonché sulle attività che il comitato dovrà svolgere.

Inoltre, durante l'AA 2017/2018, il CDS ha dato continuità all'azione intrapresa dalla sua istituzione riguardo alla consultazione continua degli stakeholder del territorio di riferimento.

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

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

- le esigenze attese del mercato del lavoro in relazione ai futuri laureati del CDS LM-19;
- 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 (cfr. Verbale del N 6, Adunanza del giorno 5 dicembre 2017).

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. In generale, le parti sociali hanno espresso apprezzamento per il corso di studio, segnalando l'importanza di inserire nel programma di studio anche le competenze trasversali (soft skills) e di ampliare l'offerta formativa con insegnamenti/laboratori che abbiano come focus la comunicazione socio-sanitaria o più in generale la comunicazione della salute. Inoltre, alcuni di essi hanno suggerito di potenziare le capacità progettuali e di pianificazione degli studenti, sollecitandoli (anche per mezzo di attività laboratoriali) alla ideazione, progettazione e consegna nel rispetto dei tempi di lavori prestabiliti e di potenziare le capacità di public speaking, prevedendo momenti di progettazione e di presentazione orale del progetto in classe. Tali aspetti sono stati discussi con i colleghi nei consigli di classe, perché tengano conto di questi suggerimenti al momento della

compilazione dei loro allegati C ( cfr. Verbale N 2, Adunanza del giorno 7 marzo 2018);

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

#### Anno accademico 2018/2019

Il CCU ha sperimentato una modalità innovativa di consultazione degli stakeholder che vede il coinvolgimento attivo degli stessi attraverso la co-progettazione di attività formative all'interno dei singoli insegnamenti. Questa partecipazione ha dato luogo ad incontri sotto forma di seminari e attività laboratoriali co-condotte da stakeholder specialisti delle materie, riconosciuti in ambito nazionale, e dai docenti del Corso di Studi. Questo tipo di azione è finalizzata ad arricchire la procedura di consultazione degli stakeholder e creare un network di attori che lavorino, in modalità consultiva, attorno alla progettazione del Corso di Studi. Si è quindi provveduto ad organizzare singoli eventi, con la diretta partecipazione degli stakeholder, che potessero aiutare gli studenti ad individuare ed a dotarsi degli skills determinati per l'inserimento nel mondo del lavoro nell'ambito del settore della comunicazione:

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

#### Anno accademico 2019/2020

Il CCU ha provveduto ad ampliare la composizione del Comitato di indirizzo. Il nuovo comitato di indirizzo è composto dal Prof. Giacomo Gistri (presidente delle classi), dal Prof. Andrea Cegolon (delegato al placement), dai professori Alessia Bertolazzi e Simone Calzolaio (referenti AQ rispettivamente della triennale e della magistrale), dai rappresentanti degli studenti L20 e LM19 e da un gruppo di stakeholder rappresentativi dei potenziali sbocchi professionali dei CdS: il direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria ADVcreativi, il titolare dell'Agenzia di Comunicazione PIL Associati, il giornalista reggente della sede di Macerata de 'Il Resto del Carlino'; il responsabile Marketing e Comunicazione per la Cultura e lo Spettacolo dal Vivo della Compagnia della Rancia, e il vice presidente esecutivo di Roi Group Srl (divisione Roi Edizioni). Il 29 maggio 2020 si è riunito il Comitato d'Indirizzo e sono state consultate le parti sociali in presenza (attraverso la piattaforma Zoom) ed è stato redatto l'apposito verbale secondo il format messo a disposizione dal PQA. L'obiettivo dell'incontro è stato quello di discutere con gli stakeholder i seguenti punti: la denominazione del CdS; gli obiettivi formativi del CdS; le figure professionali e gli sbocchi previsti; i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative. I rappresentanti delle professioni ritengono adeguati la denominazione del corso e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso intende formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro suggeriscono di investire ulteriormente nell'offerta laboratoriale su due fronti: dal un lato aggiungendo un laboratorio di PR e dall'altro rendendo obbligatori i laboratori per il completamento dei crediti liberi.

Gli stakeholder hanno manifestato inoltre apprezzamento per la revisione dell'offerta formativa effettuata dai docenti del CdS attraverso la revisione delle denominazioni e dei contenuti degli insegnamenti a partire dall'a.a. 2020/21 per renderli maggiormente in linea con le sfide che la comunicazione digitale pone.

Sempre il 29 maggio 2020, gli stessi rappresentanti del mondo del lavoro con l'aggiunta del Country Communication & Sustainability Manager di IKEA hanno partecipato ad una tavola rotonda moderata dalla rappresentante degli studenti sul tema: "I professionisti della comunicazione digitale. Esperienza e domanda di formazione a confronto". Durante tale incontro, ciascuno ha menzionato quali aspetti ritenesse più importanti per la formazione rispetto alle richieste dal mercato del lavoro.

Anno accademico 2020/2021

Il CdS ha svolto una consultazione documentale per valutare la caratterizzazione del progetto formativo del corso magistrale LM-19 rispetto all'offerta formativa nazionale della Classe. È stata svolta un'analisi di benchmark sui CdS incardinati nella Classe LM-19, 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 si contraddistingue dagli altri corsi di laurea rispetto agli obiettivi formativi e ai profili professionali che intende formare, in quanto risulta maggiormente declinato verso il settore della comunicazione digitale, in ambito di comunicazione pubblica e aziendale, anziché limitato ai profili concernenti l'informazione e l'editoria.

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 dell'offerta formativa per l'a.a. 2022/2023 del CdS. Non sono stati segnalati rilievi da parte dei componenti del Comitato rispetto alla proposta dell'offerta formativa del CdS LM-19, che è stata successivamente approvata nel CCU del 10/02/2022.

Anno accademico 2022/2023

Il giorno 24/01/2023 è stato inviato via email ai rappresentanti del mondo del lavoro che fanno parte del Comitato di indirizzo del corso LM-19 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 magistrale, 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 LM-19. 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 la coordinatrice del Corso di dottorato in Global Studies, quale rappresentante di un ciclo di studio successivo al CdS, come approvato nel CCU del 23/03/2023.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali e documenti consultazioni LM-19



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

### 1. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

#### funzione in un contesto di lavoro:

La formazione e l'esperienza maturata dallo studente laureato consentono di svolgere funzioni di:

- collaborazione e coordinamento delle attività di comunicazione e di informazione rivolta verso l'esterno, in ambito pubblico e privato, attraverso canali di comunicazione analogica e digitale, ivi comprese le piattaforme di social

networking e le piattaforme digitali pubbliche;

- gestione e coordinamento delle attività di comunicazione e informazione rivolta all'interno delle realtà pubbliche e private, in collaborazione con la dirigenza delle rispettive organizzazioni;
- collaborazione e gestione dell'immagine e della reputazione della organizzazione pubblica o privata, secondo gli indirizzi delineati dalla dirigenza;
- implementazione e gestione del processo di progressiva digitalizzazione delle comunicazioni delle organizzazioni pubbliche e private, in collaborazione con la dirigenza;
- acquisizione e sviluppo del patrimonio informativo aziendale attraverso capacità di estrazione e analisi quali-quantitativa dei dati e delle informazioni aziendali;
- gestione e coordinamento della promozione di eventi e di attività di interesse aziendale, sotto il profilo organizzativo, divulgativo e comunicativo.

#### **competenze associate alla funzione:**

Le funzioni dello studente laureato si fondano sulle competenze relative a:

- conoscenza delle policy e abilità d'uso delle piattaforme digitali pubbliche (ad es. SPID, Io, Immuni) e private (ad es. Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Tik Tok);
- abilità nell'uso di strategie di risoluzione dei conflitti e di miglioramento della efficacia della comunicazione interna ai gruppi, attraverso la conoscenza del funzionamento delle dinamiche comunicative, di gestione dei gruppi e delle competenze relazionali;
- elaborazione di piani e modelli di comunicazione e gestione dell'immagine e della reputazione aziendale;
- abilità informatiche e analitiche funzionali a organizzare e coordinare l'evoluzione digitale all'interno di strutture complesse, anche attraverso l'uso di strumenti software e dell'intelligenza artificiale;
- abilità nella scrittura e redazione di testi, specificamente rivolti alla comunicazione in ambiente analogico o in ambiente digitale;
- capacità di distinguere rischi e opportunità legati all'utilizzo dei media e abilità nell'individuare e valutare i mezzi di comunicazione e diffusione del pensiero più idonei rispetto alle finalità in concreto perseguite dall'azienda.

#### **sbocchi occupazionali:**

Sbocchi professionali ISTAT:

- addetto o responsabile ufficio stampa per istituzioni e aziende;
- addetto o consulente di immagine;
- addetto o esperto in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa;
- responsabile della comunicazione nelle amministrazioni pubbliche e nelle aziende private;
- addetto o responsabile ufficio relazioni con il pubblico;

Sbocchi professionali ulteriori:

- addetto alla analisi dei dati e delle informazioni d'impresa e delle strategie di comunicazione data-based;
- addetto o responsabile della transizione digitale delle organizzazioni pubbliche e private.

## **2.Redattori di testi per la pubblicità**

#### **funzione in un contesto di lavoro:**

La formazione e l'esperienza maturata dallo studente laureato consentono di svolgere funzioni di:

- analisi, comprensione, classificazione di testi pubblicitari, anche grazie all'utilizzo di strumenti software e di intelligenza artificiale;
- ideazione e redazione di testi informativi e pubblicitari adeguati ai caratteri dei media utilizzati per la diffusione del messaggio.

#### **competenze associate alla funzione:**

Le funzioni dello studente laureato si fondano sulle competenze relative a:

- Abilità informatiche connesse all'uso di software e di strumenti di intelligenza artificiale funzionali all'estrazione e alla analisi automatizzata di dati ed alla acquisizione di informazioni rilevanti;
- Abilità linguistiche e redazionali nella produzione di testi pubblicitari e nel brand storytelling;
- Abilità nella produzione di messaggi multimediali (testi, immagini, musiche);

- Abilità nella caratterizzazione dei testi e messaggi pubblicitari in funzione del media utilizzato (carta stampata, social network, ecc.).

**sbocchi occupazionali:**

Sbocchi professionali ISTAT:

- copywriter;
- creatore e redattore di testi pubblicitari;
- storyteller.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
2. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

21/01/2021

L'accesso al corso di laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali (LM-19) richiede il possesso di requisiti curriculari, di seguito specificati, e di una adeguata preparazione personale.

A) Requisiti curriculari.

L'ammissione al Corso di Laurea Magistrale LM-19 richiede il possesso del diploma di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, classe L-20 o dei previgenti ordinamenti, ovvero di titolo di studio equipollente conseguito all'estero e legalmente riconosciuto.

I laureati in altri corsi di laurea triennale sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale LM-19 se hanno acquisito almeno 40 CFU, di cui:

- 1) almeno 6 CFU in una lingua comunitaria, oltre a 6 CFU nella lingua inglese;
- 2) almeno 8 CFU nell'ambito sociologico, settore SPS/07;
- 3) inoltre, almeno 20 CFU complessivi, in almeno tre delle seguenti aree disciplinari:
  - area storica (Storia contemporanea, Storia della scienza e delle tecniche, Storia moderna);
  - area sociologica (Sociologia generale, Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Sociologia dei processi economici e del lavoro, Sociologia giuridica della devianza e mutamento sociale, Sociologia dei fenomeni politici, Scienza politica);
  - area linguistica (Glottologia e linguistica, Linguistica italiana, Lingua Inglese, Francese, Tedesca, Spagnola);
  - area letteraria (Letteratura italiana contemporanea, Letteratura italiana, Linguistica italiana);
  - area economica (Economia politica, Politica economica, Economia applicata, Economia e gestione delle imprese, Economia aziendale, Statistica);
  - area giuridica (Diritto privato, Istituzioni di diritto pubblico, Diritto amministrativo, Diritto dell'unione europea, Diritto dell'informazione e della comunicazione);
  - area delle scienze umane (Pedagogia generale e sociale, Pedagogia sperimentale, Psicologia generale, Psicologia

sociale, Psicologia del lavoro e delle organizzazioni, Filosofia morale);

- area delle metodologie critiche e arti della comunicazione (Sistemi di elaborazione delle informazioni, informatica, Discipline dello spettacolo, Cinema, fotografia e televisione, Estetica, Filosofia e teoria dei linguaggi, Musicologia e storia della musica).

B) Verifica della adeguata preparazione personale dello studente.

L'ammissione al Corso di tutti gli studenti è subordinata al superamento di una verifica dell'adeguatezza della preparazione personale attraverso un colloquio finalizzato ad accertare che il livello delle competenze disciplinari posseduto dallo studente sia adeguato al Corso.

A tal fine, il Consiglio ha incaricato la Commissione pratiche studenti ad organizzare e svolgere i colloqui individuali, secondo un calendario concordato con gli studenti.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

15/05/2023

Verifica dell'adeguatezza della preparazione personale dello studente.

L'ammissione al Corso di tutti gli studenti è subordinata al superamento di una verifica dell'adeguatezza della preparazione personale attraverso un colloquio finalizzato ad accertare che il livello delle competenze disciplinari posseduto dallo/a studente/essa sia adeguato al Corso.

A tal fine, il Consiglio ha incaricato la Commissione pratiche studenti di organizzare e svolgere i colloqui individuali, secondo un calendario concordato con gli studenti.

In sede di colloquio, la Commissione accerta le motivazioni, le aspettative e il percorso curricolare dello/a studente/essa.

All'esito del colloquio e sulla base della effettiva preparazione dello/a studente/essa, la Commissione può proporre e concordare con lo/a studente/essa delle letture da effettuare per migliorare le proprie conoscenze di base. In ogni caso, qualora la Commissione ritenga sufficiente il livello delle conoscenze e delle competenze dello/a studente/essa esprime un parere positivo sull'ammissione e lo/a studente/essa ha diritto di iscriversi al Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture Digitali (LM-19).

La procedura di ammissione appena descritta viene comunicata immediatamente allo/a studente/essa nel momento in cui richiede di iscriversi al Corso di laurea Magistrale in Comunicazione e Culture Digitali (LM-19) ed è pubblicizzata nel sito istituzionale del Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali.

Coloro che non hanno i requisiti curricolari per l'accesso diretto al corso, possono chiedere la valutazione della carriera e acquisire i crediti formativi necessari tramite corsi singoli propedeutici offerti gratuitamente dall'Ateneo.

Per maggiori dettagli consultare la sezione del sito di Ateneo.

<https://www.unimc.it/it/didattica/iscrizione-e-carriera/immatricolazione-e-iscrizione/accesso-corsi-laurea-magistrale>

Link: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/requisiti-di-accesso> ( Requisiti di accesso )



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

I Laureati nel corso di Laurea Magistrale della classe LM-19 di Comunicazione e culture digitali, dovranno possedere conoscenze approfondite del sistema dell'informazione italiano, europeo ed internazionale; conoscenze dei sistemi di produzione, trasmissione e scambio dell'informazione pubblica e privata, nazionale e internazionale; la padronanza delle tecnologie multimediali della comunicazione culturale, editoriale, visuale, sociale, letteraria nonché aziendale, economica e amministrativa, per rispondere alle continue innovazioni in questi ambiti, garantendo l'efficacia finale dei servizi digitali multiplatforma; competenze manageriali organizzative e gestionali necessarie per funzioni di elevata responsabilità in organizzazioni pubbliche e private; competenze gestionali per le attività di comunicazione interna ed esterna di enti, istituzioni e imprese anche attraverso l'utilizzo di tecnologie multimediali; competenze trasversali utili ai ruoli di responsabilità e manageriali.

Il Laureato dovrà altresì essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari e settoriali.

Per raggiungere tali obiettivi il Corso di Laurea Magistrale LM-19 ha attivato insegnamenti che si prefiggono di dare una formazione interdisciplinare nel campo della creazione e della gestione delle informazioni, della realizzazione di forme testuali e ipertestuali complesse e funzionali negli ambiti prima elencati. I laboratori fanno parte integrante del percorso formativo dei nostri studenti in quanto offrono opportunità di sperimentare le competenze acquisite in situazioni lavorative simulate, sotto la supervisione di un docente esperto; le attività di tirocinio e stage sono organizzate in modo funzionale agli obiettivi del corso stesso.

Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. In particolare tale capacità è acquisita seguendo un percorso formativo graduale ed articolato.

Nel primo anno del Corso allo studente è richiesto di acquisire un bagaglio di saperi e competenze, da intendersi come preliminari e necessarie, nel settore delle culture digitali:

- a) la competenza linguistica indispensabile, per accedere e muoversi autonomamente nel mondo globale della comunicazione digitale, che ha quale lingua franca la lingua inglese. A tal fine, il corso di studi prevede l'acquisizione da parte dello studente di competenze linguistiche avanzate (tramite l'insegnamento di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8CFU)
- b) la conoscenza dei modelli organizzativi, delle reti e dei processi comunicativi, in particolare nel settore della ormai pervasiva comunicazione di marketing sviluppata attraverso le forme della comunicazione digitale (a ciò sono finalizzati gli insegnamenti di Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi e di Digital e Social Media Marketing, entrambi per 8 CFU);
- c) la consapevolezza critica funzionale, da un lato, a riconoscere le proprie competenze e a consolidarle e, dall'altro, a identificare le aree di maggiore carenza e a svilupparle: si tratta, in altri termini, di acquisire conoscenze relative alle cd. competenze trasversali utili in ogni attività lavorativa, sia individuale sia di gruppo (a ciò è espressamente dedicato, anche sotto il profilo delle modalità di insegnamento esposte nell'allegato C, l'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU);
- d) l'analisi della dimensione etica della comunicazione e dei media, volta a delineare in cosa consiste una buona comunicazione, che ruolo hanno i media nella formazione dell'identità personale e delle relazioni interpersonali e nella promozione di una società migliore e più giusta (Etica dei media digitali, 8 CFU).

Sin dal primo anno è inoltre richiesto allo studente di applicare questi saperi e di mostrare la propria autonomia di giudizio nel concorrere a determinare il proprio iter formativo, in particolare mediante la scelta di insegnamenti opzionali, attraverso i quali può caratterizzare il proprio percorso di studi.

Il Corso, infatti, consente allo studente di qualificare il proprio percorso formativo in una prospettiva di maggiore attenzione alla realtà nazionale della comunicazione e delle culture digitali (grazie ai corsi di Diritto della pubblica amministrazione nell'era digitale per 8 CFU) oppure con una preferenza per la comunicazione digitale meno legata ai confini nazionali (grazie ai corsi di Letteratura digitale per 8 CFU).

Sulla base di quanto descritto in precedenza, il secondo anno di Corso è fortemente indirizzato ad affinare le capacità critiche e l'autonomia di giudizio dello studente attraverso una conoscenza approfondita, applicativa e specialistica delle competenze maturate nel primo anno di corso.

A tal fine, risultano fondamentali:

- a) l'insegnamento di Informatica multimediale e intelligenza artificiale (8 CFU) che, come risulta dall'all. C dell'insegnamento, accanto alla classica formazione teorica di saperi, ha quale ulteriore obiettivo pratico l'inclusione digitale dello studente, mediante la realizzazione e la messa in opera di un sistema informativo sostenibile, multimediale e

multipiattaforma (il cd. saper fare);

b) gli insegnamenti volti a completare la conoscenza del fenomeno comunicativo con i profili giuridici dedicati ad acquisire la competenza e la capacità critica del saper comunicare correttamente e lecitamente (ci si riferisce all'insegnamento di Diritto delle nuove tecnologie e della privacy per 8 CFU), e con gli aspetti sociologici legati alla comunicazione pubblica (Comunicazione pubblica e open government, 8 CFU);

c) gli insegnamenti che consentono allo studente una formazione specializzata in settori di rilievo da lui stesso individuati quali, sul piano storico-sociale, gli insegnamenti a scelta fra loro di Storia del giornalismo e dei media digitali o di Etnografia digitale; sul piano della politica economica, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile; sul piano artistico-letterario, di Cinematografia digitale o di Brand storytelling (tutti per 8 CFU).

 **QUADRO**  
A4.b.1  
RAD

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

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	<p>I laureati in Comunicazione e culture digitali acquisiscono competenze di carattere trasversale, in diverse aree disciplinari (Area economico-aziendale e giuridica; Area linguistica e storico-letteraria; Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane), legate fra loro dall'approfondimento del fenomeno della comunicazione e, in particolare, della comunicazione in ambiente digitale nei diversi settori scientifici.</p> <p>Le conoscenze e la capacità di comprensione sono conseguite tramite forme tradizionali di didattica universitaria (lezioni frontali), cui si affiancano necessariamente modalità di conoscenza e di comprensione ulteriori. Nel Corso di laurea è infatti fortemente incentivata anche la didattica di taglio applicativo, sia attraverso (a) la variegata offerta di laboratori didattici – grazie ai quali lo studente può caratterizzare il proprio percorso formativo, approfondendo uno o più ambiti comunicativi ed acquisendo e sviluppando specifiche conoscenze e capacità di comprensione – sia attraverso (b) lo stage obbligatorio presso imprese o istituzioni pubbliche, nel cui ambito lo studente può sviluppare la dimensione concreta della comunicazione.</p> <p>Inoltre, nel Corso di laurea sono, con cadenza annuale, organizzati seminari interdisciplinari (con acquisizione di CFU), che possono essere frequentati su base volontaria dagli studenti. Tali seminari hanno il principale obiettivo di condurre lo studente ad acquisire una visione integrata delle principali e più attuali tematiche attinenti alla comunicazione.</p>	
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>	<p>Il CdS LM-19, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione all'acquisizione di capacità operative, anche di carattere tecnologico. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi, alla estrazione ed analisi dei dati, alla redazione di differenti prodotti medialti (testi,</p>	

suoni, immagini), alla gestione dei canali di comunicazione e della cross-medialità.

La capacità di comprensione e la capacità di applicare le conoscenze acquisite sono valutate mediante: realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo; svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nell'ambito dei laboratori didattici; esperienza obbligatoria di stage inerente agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende (supportate da attività di tutorato del docente di area tematica); partecipazione alle lezioni e, ovviamente, mediante il superamento degli esami di profitto di insegnamenti e laboratori didattici.

Si segnala altresì che nel CdS la frequenza dei seminari didattici dà luogo al riconoscimento di CFU solo quando lo studente redige una sintetica relazione, esaminata dal docente responsabile dell'iniziativa seminariale, volta a verificare l'effettiva comprensione della tematica trattata.

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 per l'argomento approfondito

## ▶ QUADRO A4.b.2

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

#### Area Economico-Aziendale e Giuridica

##### Conoscenza e comprensione

Sul piano economico, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze teoriche e tecniche necessarie a comprendere, gestire e comunicare l'informazione economica attraverso i diversi mezzi disponibili on-line e off-line.

Sul piano aziendale, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze teoriche e tecniche concernenti la comunicazione d'impresa con riferimento alla sua declinazione organizzativa, istituzionale, economico - finanziaria e di mercato. Particolare attenzione sarà data all'approfondimento degli aspetti che riguardano la comunicazione di marketing nell'ambito digitale. Sul piano giuridico, il percorso formativo si propone di fornire la conoscenza del sistema di regole, nazionali, europee ed internazionali, concernenti la disciplina della rete internet, con particolare riguardo al regime giuridico e ai diritti e poteri dei principali soggetti della rete (utenti, provider, autorità pubbliche) e al regime del diritto dell'informazione e della comunicazione in rete.

In particolare, formano oggetto di approfondimento le discipline giuridiche della privacy, del diritto d'autore, del nome a dominio, riferite alla comunicazione e informazione attraverso la rete internet.

##### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sul piano economico, l'obiettivo è quello di dotare gli studenti dei metodi d'indagine necessari per poter comprendere le principali problematiche economiche generate dalla presenza di storture nel contesto informativo digitale. In particolare, gli studenti dovranno conoscere il ruolo della comunicazione all'interno dei principali aggregati macroeconomici ed essere in grado di redigere rapporti di comunicazione manifestando padronanza del linguaggio tecnico e consapevolezza del metodo d'indagine. Sul piano aziendale, la formazione impartita offre la possibilità di conoscere i metodi e gli strumenti necessari per poter contribuire alla presa delle decisioni strategiche e operative inerenti alla comunicazione orientata al mercato, nonché essere in grado di poterle implementare, utilizzando tutto il ventaglio di strumenti che l'evoluzione tecnologica e il digitale offrono. Sul piano giuridico, il percorso formativo ha come obiettivo quello di fornire agli studenti il bagaglio minimo di conoscenze giuridiche necessarie per utilizzare correttamente, anche sotto il profilo professionale e lavorativo, la rete internet. In particolare, si intende fornire

adeguata capacità di riconoscere e comprendere le problematiche giuridiche connesse alla comunicazione e informazione in rete in riferimento alla tutela della privacy, alla tutela del diritto d'autore, alla editoria digitale.

L'insieme delle conoscenze e capacità di comprensione sopra menzionate è acquisito partecipando attivamente alle attività didattiche (lezioni, esercitazioni, laboratori) e attraverso lo studio individuale, anche utilizzando testi in lingua inglese. In particolare, è da segnalare che le attività didattiche si caratterizzano per un alto grado di interattività, in modo da situare il più possibile le conoscenze teoriche e metodologiche in un contesto applicativo. In questo senso, l'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni. La verifica dell'iter formativo prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento che accerterà la padronanza degli istituti giuridici, economici ed aziendali fondamentali e il loro funzionamento. Nella prova finale, dovranno emergere capacità di analisi critica in un contesto di ricerca applicato ai temi specifici dell'ambito disciplinare. Inoltre, partecipando al programma Erasmus, gli studenti possono acquisire particolari conoscenze specifiche di settore presso le numerose sedi convenzionate. Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner, che ha dimostrato di adempiere anche ad un'importante funzione di placement.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING [url](#)

DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE [url](#)

DIRITTO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NELL'ERA DIGITALE [url](#)

DIRITTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI E DELLA PRIVACY [url](#)

ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

LABORATORIO DI DIRITTO E POLICY DEI SOCIAL MEDIA [url](#)

LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING [url](#)

## Area linguistico storico letteraria

### Conoscenza e comprensione

Le conoscenze erogate sono dirette all'acquisizione degli strumenti sia di analisi che di creazione delle scritture tipiche della letteratura e della comunicazione digitali presenti nel perimetro dell'industria culturale: le forme e i generi delle testualità letterarie della rete, il booktrailer, la fenomenologia paratestuale e le sue nuove codifiche, collegate all'uso dei social, alle tipologie promozionali in rete, ai generi di consumo, alle scritture brevi, allo sviluppo degli e-book e ai supporti tecnologici pertinenti, alla fruizione su mobile, ai siti degli autori, alla politica delle grandi concentrazioni editoriali e alle strategie di marketing. Tali forme di scrittura richiedono competenze trasversali di tipo letterario, capaci di integrarsi con le mappe semiotiche provenienti dai domini tecnologici, iconici, visivi, mediatici e della comunicazione on line (giornalismo, blog culturali, riviste digitali) e con gli aspetti legati alla promozione del prodotto, identificandone target di utenza e fasce, nonché circuiti di acquirenti.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le skills descritte forniranno gli strumenti necessari per costruire abilità professionalizzanti finalizzate all'inserimento nel mondo del lavoro, e funzionali, nello specifico, a: ricoprire incarichi di responsabilità creative e/o manageriali nell'ambito dei linguaggi digitali culturali, giornalistici, editoriali e nel settore del letterario diffuso ed elettronico; a redigere testi, promuovere strategie promozionali (il booktrailer) e format paratestuali adeguati al mercato globale; ad approntare supporti per la fruizione dei testi attraverso mobile, social ed e-book. A tal fine, specifica attenzione è posta alla padronanza dell'inglese scritto e orale, anche con riflessioni interculturali nell'ambito specialistico della comunicazione globalizzata. Il possesso di queste conoscenze e capacità è verificato tramite il superamento delle prove d'esame; sebbene, durante le lezioni siano attivati momenti di rielaborazione personale di temi di approfondimento degli argomenti trattati nei corsi (provenienti anche dalle bibliografie in lingua inglese), diretti anche a migliorare l'efficacia espressiva e comunicativa. La dimensione esperienziale si attua anche nella partecipazione alle attività didattiche integrative (esercitazioni, laboratori), che arricchiscono lo studio individuale. In tal senso, le attività didattiche presentano un alto grado di interattività e di analisi, in modo da applicare il più possibile le conoscenze

teoriche e metodologiche a precisi casi di studio. Risultano particolarmente efficaci le tecniche di esposizione multimediali, che costituiscono anche l'oggetto di studio. La verifica delle competenze acquisite prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, l'eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo oppure di una presentazione multimediale; nella prova finale, dovranno emergere capacità di analisi critica e idee originali in un contesto di ricerca applicato ai temi della comunicazione editoriale, letteraria o multimediale e dell'industria culturale. L'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni. Inoltre, partecipando al programma Erasmus, gli studenti possono acquisire specifiche conoscenze di settore presso le numerose sedi convenzionate. Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

INFORMATICA MULTIMEDIALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

LABORATORIO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LETTERATURA DIGITALE [url](#)

STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI [url](#)

## Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane

### Conoscenza e comprensione

L'Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane consente di sviluppare conoscenze e acquisire competenze nell'ambito delle culture digitali e dei media digitali, con particolare attenzione alla rilevanza sociale, psicologica ed etica delle nuove tecnologie nel processo comunicativo in tutti gli ambiti in cui viene richiesto dal mondo del lavoro, sia in fase progettuale sia in fase realizzativa. La finalità che si vuole raggiungere è duplice: favorire l'analisi critica nella gestione dell'informazione e promuovere gli strumenti e le tecniche della comunicazione, specificatamente digitale. In particolare, in questa Area, sono fornite agli studenti conoscenze e competenze in merito alle tecniche e agli strumenti operativi dello storytelling; alla metodologia di analisi qualitativa di dati digitali; alla dimensione etica e psicologica dei media digitali e delle tecnologie basate su sistemi di intelligenza artificiale; alla gestione delle relazioni interne ed esterne, delle risorse umane, della comunicazione nelle organizzazioni complesse.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite attraverso le discipline dell'area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane permettono di comprendere il funzionamento di modelli organizzativi e relazionali, sia off-line sia on-line, di identificare le dinamiche psicosociali sottese a tali modelli e di sperimentare il funzionamento di strategie e tecniche di comunicazione, specie in contesti digitali. A tale fine, le attività didattiche sono svolte in modo da privilegiare un coinvolgimento attivo degli studenti, che sono chiamati a confrontarsi tra di loro e con i docenti, anche attraverso simulazioni, e a realizzare elaborati o progetti sui contenuti degli insegnamenti. Inoltre, le attività didattiche sono integrate da laboratori e da interventi di professionisti esterni, che hanno l'obiettivo di sviluppare i contenuti da un punto di vista maggiormente operativo. La verifica delle conoscenze e competenze apprese prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, una eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo collegati ai singoli insegnamenti oppure una presentazione multimediale; nel definitivo momento di verifica, la prova finale, dovranno emergere idee originali in un contesto di ricerca. Lo stage obbligatorio, svolto coerentemente con gli obiettivi formativi del corso, sulla base di uno specifico progetto formativo individuale, contribuisce ulteriormente a sviluppare le capacità di applicare le conoscenze acquisite per mezzo delle discipline dell'area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane a contesti sia online sia offline.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BRAND STORYTELLING [url](#)

CINEMATOGRAFIA DIGITALE [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E OPEN GOVERNMENT [url](#)

ETNOGRAFIA DIGITALE [url](#)

LABORATORIO DI ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

LABORATORIO DI PSICOLOGIA COGNITIVA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI [url](#)

Mod.a Etica dei media digitali (*modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI*) [url](#)

Mod.b Psicologia dei media digitali (*modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI*) [url](#)

PUBLIC SPEAKING AND LEADERSHIP DEVELOPMENT [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

### Autonomia di giudizio

1) I laureati con il nostro percorso formativo sviluppano la capacità di:

- formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera indipendente la propria valutazione sullo stato effettivo dei processi di comunicazione;
- inserire l'uso di innovative tecnologie digitali in un approccio teorico umanistico di riferimento e pertinente alle dinamiche della comunicazione mobile e di rete;
- lavorare per obiettivi e procedere per problem setting/problem solving;
- padroneggiare metodologie di ricerca e strumenti per l'analisi dei dati e conoscenza dei quadri normativi riferibili alla comunicazione;

Inoltre: analizzare criticamente il rapporto tra media, marketing e azione sociale; valutare e scegliere le migliori strategie semiologiche, testuali e promozionali per un determinato prodotto culturale in relazione anche al diverso contesto di riferimento e di mercato; decodificare le strutture profonde dei linguaggi, dei testi e dei discorsi sociali, nelle loro diverse forme, nei loro mezzi di espressione e di manifestazione e nella loro mutabilità storica.

Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. In particolare tale capacità è acquisita dallo studente seguendo un percorso formativo graduale ed articolato.

1.1) Nel primo anno del Corso allo studente è richiesto di acquisire un bagaglio di saperi e competenze, da intendersi come preliminari e necessarie, nel settore delle culture digitali:

- a) la competenza linguistica indispensabile, per accedere e muoversi autonomamente nel mondo globale della comunicazione digitale, che ha quale lingua franca la lingua inglese. A tal fine, il corso di studi prevede l'acquisizione da parte dello studente di competenze linguistiche avanzate (tramite l'insegnamento di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8CFU)
- b) la conoscenza dei modelli organizzativi, delle reti e dei processi comunicativi, in particolare nel settore della ormai pervasiva comunicazione di marketing sviluppata attraverso le forme della comunicazione digitale (a ciò sono finalizzati gli insegnamenti di Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi e di Digital e Social Media Marketing, entrambi per 8 CFU);
- c) la consapevolezza critica funzionale, da un lato, a riconoscere le proprie

competenze e a consolidarle e, dall'altro, a identificare le aree di maggiore carenza e a svilupparle: si tratta, in altri termini, di acquisire conoscenze relative alle cd. competenze trasversali utili in ogni attività lavorativa, sia individuale sia di gruppo (a ciò è espressamente dedicato, anche sotto il profilo delle modalità di insegnamento esposte nell'allegato C, l'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU);

d) l'analisi della dimensione etica della comunicazione e dei media, volta a delineare in cosa consiste una buona comunicazione, che ruolo hanno i media nella formazione dell'identità personale e delle relazioni interpersonali e nella promozione di una società migliore e più giusta (Etica dei media digitali, 8 CFU). Sin dal primo anno è inoltre richiesto allo studente di applicare questi saperi e di mostrare la propria autonomia di giudizio nel concorrere a determinare il proprio iter formativo, in particolare mediante la scelta di insegnamenti opzionali, attraverso i quali può caratterizzare il proprio percorso di studi.

Il Corso, infatti, consente allo studente di qualificare il proprio percorso formativo in una prospettiva di maggiore attenzione alla realtà nazionale della comunicazione e delle culture digitali (grazie ai corsi di Diritto della pubblica amministrazione nell'era digitale per 8 CFU) oppure con una preferenza per la comunicazione digitale meno legata ai confini nazionali (grazie ai corsi di Letteratura digitale per 8 CFU).

1.2) Sulla base di quanto descritto in precedenza, il secondo anno di Corso è fortemente indirizzato ad affinare le capacità critiche e l'autonomia di giudizio dello studente attraverso una conoscenza approfondita, applicativa e specialistica delle competenze maturate nel primo anno di corso.

A tal fine, risultano fondamentali:

- a) l'insegnamento di Informatica multimediale e intelligenza artificiale (8 CFU) che, come risulta dall'all. C dell'insegnamento, accanto alla classica formazione teorica di saperi, ha quale ulteriore obiettivo pratico l'inclusione digitale dello studente, mediante la realizzazione e la messa in opera di un sistema informativo sostenibile, multimediale e multiplatforma (il cd. saper fare);
- b) gli insegnamenti volti a completare la conoscenza del fenomeno comunicativo con i profili giuridici dedicati ad acquisire la competenza e la capacità critica del saper comunicare correttamente e lecitamente (ci si riferisce all'insegnamento di Diritto delle nuove tecnologie e della privacy per 8 CFU), e con gli aspetti sociologici legati alla comunicazione pubblica (Comunicazione pubblica e open government, 8 CFU);
- c) gli insegnamenti che consentono allo studente una formazione specializzata in settori di rilievo da lui stesso individuati quali, sul piano storico-sociale, gli insegnamenti a scelta fra loro di Storia del giornalismo e dei media digitali o di Etnografia digitale; sul piano della politica economica, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile; sul piano artistico-letterario, di Cinematografia digitale o di Brand storytelling (tutti per 8 CFU).

1.3) La capacità critica e l'autonomia di giudizio dello studente sono altresì acquisite mediante la previsione di un cospicuo novero di CFU che lo studente è tenuto ad acquisire svolgendo attività e percorsi formativi attinenti al Corso di studi, ma in tale ambito liberi nell'oggetto.

Ci si riferisce agli 8 CFU previsti per le attività formative a scelta dello studente e per i laboratori (a carattere applicativo).

A tal riguardo, si segnala la vasta e specifica offerta di laboratori a carattere professionalizzante. Il fruttuoso superamento di tali laboratori implica il conseguimento da parte dello studente di un grado di conoscenza, di capacità critica e di autonomia corrispondente ad una dimensione applicativa degli insegnamenti istituzionali impartiti durante il Corso.

Ci si riferisce altresì ai 4 CFU dedicati allo stage presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali e, segnatamente, presso una rete di parti sociali qualificate nel settore della comunicazione e delle culture digitali, evidentemente volto all'applicazione dei caratteri di autonomia e capacità critica dello studente.

Ci si riferisce altresì alla prova finale (14 CFU), con cui si chiude il percorso formativo: tale prova richiede allo studente di redigere un elaborato che dimostri la padronanza degli argomenti specifici del percorso formativo, la capacità di operare in modo autonomo ed anche di usare una metodologia adeguata.

1.4) L'insieme degli strumenti didattici descritti e delle articolate modalità con cui sono acquisiti i complessivi 120 CFU del Corso dimostrano che il percorso formativo descritto forma laureati che in proporzione all'impegno profuso ed ai risultati conseguiti hanno sviluppato le capacità descritte nel punto 1.

La partecipazione a stage e tirocini favorisce lo sviluppo della consapevolezza da parte dello studente del rapporto teoria-prassi.

L'elaborazione della tesi di laurea permette di verificare ulteriormente la valutazione critica e scientifica raggiunta dallo studente.

**Abilità comunicative**

I laureati attraverso l'approfondimento di insegnamenti specifici delineati nel dettaglio nel precedente descrittore Autonomia di giudizio, e di seguito richiamati sinteticamente sono in grado di:

- utilizzare tecnologie multimediali e culturali della comunicazione e del ciclo di gestione dei progetti, per rispondere alle continue innovazioni in questo ambito, garantendo l'efficacia finale dei servizi digitali (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Informatica multimediale e intelligenza artificiale e Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi, entrambi per 8 CFU);
- rappresentare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto e al quadro normativo (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Etica dei media digitali, Diritto delle nuove tecnologie e della privacy, Comunicazione pubblica e open government, oltre che all'insegnamento di carattere storico Storia del giornalismo e dei media digitali, tutti per 8 CFU) o, qualora scelto, analizzare i flussi informativi e comunicativi in ambito digitale (giornalistico, delle imprese culturali ed editoriali, nonché dei contenuti generati dagli utenti), grazie alle competenze maturate nell'utilizzo di software e tecniche di analisi qualitativa dei dati estratti dal web e dai social media (Etnografia digitale, 8 CFU);
- lavorare in gruppo, collaborando con altre figure professionali e gestendo situazioni conflittuali attraverso una comunicazione efficace (grazie, in particolare, all'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU, allo stage obbligatorio presso aziende, istituzioni, professionisti, per 4 CFU, e, qualora prescelti, ai laboratori a carattere applicativo);
- utilizzare abilità linguistiche orali e scritte oltre che in italiano anche nella lingua inglese (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8 CFU, e, qualora prescelto dallo studente, di Letteratura digitale, 8 CFU).

L'interconnessione delle competenze acquisite dal laureato consente, inoltre, di conseguire ulteriori competenze trasversali:

- progettare, produrre e distribuire testi creativi e di supporto ai diversi contesti comunicativi (grazie, in particolare, qualora prescelti, agli insegnamenti di Letteratura digitale e di Cinematografia digitale, 8 CFU);
- conoscere e sviluppare piani di comunicazione di un evento culturale e promuovere la partecipazione degli attori socio-economici del territorio (grazie, in

particolare, agli insegnamenti di Social Media Marketing, e qualora prescelti, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile, 8 CFU);

- possedere abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale (Comunicazione pubblica e open government, Informatica multimediale e intelligenza artificiale e Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi, 8 CFU).

In sintesi, il laureato acquisisce attraverso i contenuti degli insegnamenti istituzionali del Corso specifiche competenze nel settore delle comunicazioni digitali. Su tale fondamento formativo il laureato affina e amplia le proprie abilità comunicative grazie all'esperienza maturata nei laboratori applicativi (qualora ne abbia conseguito i relativi CFU) e nell'ambito dello stage presso istituzioni e imprese operanti nel settore della comunicazione digitale.



**Capacità di apprendimento**

I laureati maturano un bagaglio tecnico e culturale che permette loro di intraprendere qualsiasi percorso formativo ulteriore post laurea o richiesto dal contesto lavorativo in cui sono inseriti.

Ciò in quanto - secondo quanto ampiamente sviluppato nel descrittore "Autonomia di giudizio", cui si rinvia integralmente per la descrizione dei contenuti del Corso - i laureati hanno sviluppato competenze, acquisito saperi e fatto esperienze sia di carattere teorico-sostanziale, sia di carattere metodologico, sia di carattere relazionale, sia di carattere applicativo, verificate progressivamente durante l'intero percorso accademico attraverso le prove di esame, il confronto con i docenti e la redazione della tesi di laurea.

L'acquisizione progressiva dell'insieme di queste competenze fonda una capacità di apprendimento del laureato precisa e flessibile, che associa alla solidità teorica un crescente grado di competenza applicativa nel settore delle culture digitali.

Durante lo stage lo studente si sarà sollecitato ad applicare in maniera autonoma le conoscenze già possedute.

I contenuti degli insegnamenti (così come in concreto delineati nei programmi d'insegnamento) e l'articolazione del percorso di studi (che lascia ampio spazio ad una vasta offerta di laboratori applicativi, all'esperienza dello stage e ad una prova finale in cui si saggia, mentre progredisce, l'autonomia e la maturità del laureando) conducono, pertanto, i nostri laureati a sviluppare la capacità di operare sia individualmente che in gruppo, la capacità di progettare la propria ulteriore formazione professionale e culturale adeguata al contesto in cui operano, la capacità di utilizzare con pertinenza le fonti di ricerca bibliografica e di armonizzare, integrandoli, i punti di vista delle differenti discipline.





22/01/2021

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

La prova finale consisterà in un elaborato scritto (tesi di laurea magistrale) che dimostri la padronanza degli argomenti specifici del percorso formativo, la capacità di operare in modo autonomo ed anche di usare una metodologia adeguata. Tale elaborato sarà poi presentato e discusso davanti alla commissione di laurea che valuterà la prova finale, tenendo conto del curriculum dello studente, dell'elaborato e della discussione.

Dato il ruolo formativo importante della prova finale, la tesi di laurea magistrale prevede il conferimento di 14 CFU.



15/05/2023

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 8 punti, a cui si possono aggiungere fino a 2 punti (per un totale di massimo 10 punti), di cui un punto se il/la candidato/a si laurea in corso e un altro punto se il/la candidato/a ha ottenuto più di tre lodi.

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

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

Link: [http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esami-di-laurea\\_comunicazione](http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esami-di-laurea_comunicazione)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: piano di studi 2023-2024 Comunicazione e culture digitali

Link: <https://www.unimc.it/it/ateneo/normativa/regolamenti-di-ateneo/regolamenti-cds-spocri/comunicazione-e-culture-digitali-lm-19-1>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

[http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta\\_didattica/orari-lezioni](http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/orari-lezioni)

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

[http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta\\_didattica/appelli-e-iscrizione-esami](http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/appelli-e-iscrizione-esami)

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

[http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta\\_didattica/esami-di-laurea/esami-di-laurea\\_comunicazione](http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/esami-di-laurea/esami-di-laurea_comunicazione)

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	L-ART/06	Anno di	BRAND STORYTELLING <a href="#">link</a>	MACCARI SARA		8	40	

		corso 1						
2.	L- ART/06	Anno di corso 1	CINEMATOGRAFIA DIGITALE <a href="#">link</a>	MANCINO ANTON GIULIO <a href="#">CV</a>	PA	8	40	
3.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE PUBBLICA E OPEN GOVERNMENT <a href="#">link</a>	POLCI VALENTINA <a href="#">CV</a>		8	40	
4.	SECS- P/08	Anno di corso 1	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING <a href="#">link</a>	GISTRI GIACOMO <a href="#">CV</a>	PO	8	60	
5.	IUS/08	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE <a href="#">link</a>	TORREGIANI STEFANO		8	40	
6.	IUS/10	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NELL'ERA DIGITALE <a href="#">link</a>	COSTANTINO FULVIO <a href="#">CV</a>	PA	8	40	
7.	IUS/08	Anno di corso 1	DIRITTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI E DELLA PRIVACY <a href="#">link</a>	CALZOLAIO SIMONE <a href="#">CV</a>	PA	8	40	
8.	SECS- P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE <a href="#">link</a>	PRETAROLI ROSITA <a href="#">CV</a>	PA	8	60	
9.	SPS/07	Anno di corso 1	ETNOGRAFIA DIGITALE <a href="#">link</a>	BERTOLAZZI ALESSIA <a href="#">CV</a>	PA	8	40	
10.	ING- INF/05	Anno di corso 1	INFORMATICA MULTIMEDIALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE <a href="#">link</a>	PAOLANTI MARINA <a href="#">CV</a>	RD	8	60	
11.	IUS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DIRITTO E POLICY DEI SOCIAL MEDIA <a href="#">link</a>	GRANDINETTI OTTAVIO		4	20	
12.	M- FIL/03	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE <a href="#">link</a>	TIRIBELLI SIMONA	RD	4	20	

13.	ING-INF/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	FRONTONI EMANUELE <a href="#">CV</a>	PO	4	20	
14.	M-PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA COGNITIVA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE <a href="#">link</a>	BONGELLI RAMONA <a href="#">CV</a>	PA	4	20	
15.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING <a href="#">link</a>	ARIENZO FRANCESCA <a href="#">CV</a>		4	20	
16.	SPS/04	Anno di corso 1	LABORATORIO PERMANENTE DI MASS MEDIA E POLITICA <a href="#">link</a>			4		
17.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LETTERATURA DIGITALE <a href="#">link</a>	RONDINI ANDREA RAFFAELE <a href="#">CV</a>	PA	8	60	
18.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE MEDIATICA <a href="#">link</a>			8		
19.	SPS/09	Anno di corso 1	MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI <a href="#">link</a>	PAVOLINI EMMANUELE <a href="#">CV</a>	PO	8	40	
20.	M-FIL/03	Anno di corso 1	Mod.a Etica dei media digitali (modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI) <a href="#">link</a>	GIOVANOLA BENEDETTA <a href="#">CV</a>	PO	8	40	
21.	M-PSI/05	Anno di corso 1	Mod.b Psicologia dei media digitali (modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI) <a href="#">link</a>	BONGELLI RAMONA <a href="#">CV</a>	PA	6	40	
22.	M-FIL/03 M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI <a href="#">link</a>			14		
23.	M-PED/01	Anno di corso 1	PUBLIC SPEAKING AND LEADERSHIP DEVELOPMENT <a href="#">link</a>	CEGOLON ANDREA <a href="#">CV</a>	PA	4	20	
24.	M-STO/04	Anno di	STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI <a href="#">link</a>			8	40	

▶ QUADRO B4 | Aule

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

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

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: I Laboratori multimediali presenti al Polo Pantaleoni assegnate al CdS sono condivise con altri Dipartimenti in Ateneo

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

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

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

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

Descrizione altro link:

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

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

Link inserito: <https://biblioteche.unimc.it/it> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

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

Le principali azioni di orientamento in ingresso sono:

#### 1) Orientamento informativo

- Infopoint - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni per la scelta del corso;
- Sito web di Ateneo - sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

#### 2) Orientamento alla scelta

- Laboratorio "La scelta universitaria. Talenti e passioni: la professione che è in te – Sorprendo" – laboratorio di accompagnamento alla scelta del percorso formativo e professionale, realizzato dall'Ufficio Infopoint/Ciao con l'utilizzo della piattaforma Sorprendo, che fornisce strumenti di auto-valutazione e percorsi di analisi e scoperta del mondo del lavoro;
- Laboratorio "Non solo Hard Skills: le competenze trasversali come bussole per l'orientamento" – laboratorio di introduzione alle principali soft skills come validi strumenti da utilizzare per intraprendere scelte autonome e consapevoli in ambito universitario e lavorativo, realizzato dall'Ufficio Orientamento e servizi agli studenti;
- Life Coaching - seminari teorico-pratici a cura del Life Coach;
- Open Day - giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma a luglio e ad agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti dei corsi e i senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;
- LM Day - iniziative di promozione e presentazione dei corsi di laurea magistrale agli studenti dei corsi di laurea triennale;
- Saloni e fiere di orientamento - partecipazione a saloni e fiere di orientamento per diffondere l'offerta formativa dell'Ateneo, modulata in base ai diversi target da raggiungere;
- Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) – servizio di accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o DSA attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale. I servizi proposti sono:
  - tutorato specializzato – attività di supporto allo studio e intermediazione con i docenti svolta da professionisti reclutati con apposito bando;
  - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione;
  - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
  - attrezzature informatiche fornite in comodato d'uso su richiesta.

#### 3) Orientamento internazionale

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

#### INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDIO

È disponibile un servizio di consulenza e orientamento offerto sia dal Senior Tutor, dal personale tecnico-amministrativo referente per il corso di studio, nonché dai delegati all'orientamento del dipartimento i cui contatti sono presenti nel sito istituzionale del dipartimento (<http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

15/05/2023

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

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

1) Progetto ministeriale Piani di orientamento e tutorato (POT) in attivazione per l'anno 2023 – progetto di potenziamento delle azioni di orientamento in itinere, autonomo o in rete con altri atenei, svolto prevalentemente con gli studenti senior tutor impegnati nella gestione del tutorato tra pari, di gruppi di studio per affrontare le materie più complesse e di maggiore ostacolo al fine di evitare la dispersione e l'abbandono degli studi;

2) Tutorato in Itinere - specifiche azioni rivolte agli studenti iscritti, finalizzate a monitorare e ridurre l'abbandono degli studi. In particolare: a) servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor; b) seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sull'esperienza di stage/tirocinio;

3) Sistema integrato per il benessere degli studenti - Sportello di ascolto - presa in carico del bisogno e assegnazione ad uno dei servizi del sistema: 1) consulenza orientativa - individuale o di gruppo, per sostenere gli studenti nel momento di difficoltà e per un loro eventuale ri-orientamento; 2) life coach - per sostenere gli studenti durante il percorso universitario, per aiutarli ad affrontare esami, problemi di ansia, ecc. (casi di dispersione universitaria, fuori corso, blocchi); 3) consulenza psicologica – per sostenere gli studenti nei casi di difficoltà psicologica/esistenziale o fragilità emotiva; 4) servizi territoriali socio-sanitari – per gli studenti che necessitano di un intervento protratto nel tempo e strutturato (rischio suicidio, dipendenze, ecc.);

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

- tutorato specializzato – svolto da professionisti che supportano gli studenti con disabilità/DSA nello studio e fanno da tramite con i docenti;
  - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione (in presenza o on line);
  - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
  - attrezzature informatiche e software fornite in comodato d'uso agli studenti con disabilità/DSA che ne fanno richiesta;
- 5) Consulenza orientativa specializzata per studenti con disabilità/DSA - dopo la prima fase di presa in carico degli studenti, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi e per assicurare la corretta prosecuzione degli studi;

6) Iniziative per lo sviluppo di soft skills, sotto forma di laboratori di competenze, a cui sono riconosciuti crediti formativi. Le competenze acquisite dagli studenti sono valorizzate attraverso open badge nella piattaforma BESTR.

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

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

## INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDI

Per tutti gli studenti iscritti alla laurea magistrale LM19 è disponibile un servizio di orientamento in itinere offerto sia dal Senior Tutor, dal personale tecnico-amministrativo referente per il corso di studio, nonché dai delegati all'orientamento del dipartimento (<http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

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



QUADRO B5

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

15/05/2023

### ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEIO

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

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

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

### ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio è stata confermata la nomina sia dei tutor accademici per aree disciplinari, sia del delegato al placement.

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

La lista dei tutor accademici del corso di laurea LM-19 per quest'anno accademico (pubblicata nel sito di Dipartimento alla pagina: <https://spocri.unimc.it/it/didattica/stage-e-tirocini>) risulta la seguente:

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

Il delegato al placement, prof. Andrea Cegolon, invece, svolge una funzione di collegamento tra studente e tutor accademici. È il delegato al placement, infatti, ad indirizzare lo studente verso il tutor accademico dell'area disciplinare

pertinente con la proposta di stage. Allo stesso, inoltre, spetta il monitoraggio annuale dei questionari degli stage compilati dagli studenti in itinere in via facoltativa e, obbligatoriamente alla fine dello stage.

L'analisi dei questionari finali compilati dagli studenti del corso di studio in Comunicazione e culture digitali (LM-19) al termine dello stage, è stata realizzata dal delegato al placement. Nel report prodotto, vengono esaminati i questionari finali dello stage compilati nell'anno solare 2023, estratti dal portale MIA Unimc al 30/04/2023. Il collettivo esaminato è composto da n. 3 studenti.

In base ai dati in possesso emerge un quadro decisamente positivo. Alla domanda riguardante l'utilità complessiva dello stage per la propria formazione personale il 100% degli studenti si dice "molto soddisfatto". La totalità degli stagisti, inoltre, ha ritenuto le funzioni e i compiti svolti all'interno dello stage molto congruenti con il progetto formativo pattuito a monte con il tutor accademico e quello aziendale.

In linea con le valutazioni degli anni precedenti gli studenti della LM-19 hanno dichiarato di apprezzare in buona parte gli elementi dello stage, tra cui:

- i ritmi e tempi di lavoro ("molto soddisfatti", 100%)
- il supporto del tutor aziendale ("molto soddisfatti", 66,67%, "abbastanza soddisfatti", 33,33%)
- Interazione con il tutor accademico ("molto soddisfatti", 66,67%, "non è stata necessaria", 33,33%)
- la procedura di stage predisposta dall'università ("molto soddisfatti", 33,33%, "abbastanza soddisfatti", 33,33%; "poco soddisfatti", 33,33%)

Per molti studenti lo stage ha rappresentato l'occasione per implementare o migliorare alcune competenze trasversali, particolarmente richieste nel mercato del lavoro. In ordine di gradimento:

- la raccolta, la selezione e l'elaborazione delle informazioni;
- comunicare con gli altri e trasmettere informazioni
- la gestione del tempo e l'organizzazione autonoma del lavoro;
- il senso di iniziativa;
- la capacità di lavorare in gruppo;
- l'adattabilità e la flessibilità di fronte a situazioni divergenti.

Tra le hard skills, le competenze informatiche degli studenti sono quelle maggiormente sviluppate durante l'esperienza dello stage. Mentre, l'abilità di intrattenere una conversazione e di produrre dei testi in lingua straniera sembra poco valorizzata dalle aziende.

Descrizione link: Stage e Tirocini

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



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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

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

---

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

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione cura le relazioni con gli Atenei partner del Programma Erasmus+ e i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata) e quelli per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i paesi di provenienza degli Atenei partner).

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

Il corso di studio LM-19 fornisce informazioni e assistenza tramite la Delegata Erasmus (la prof.ssa Laura Salvadego <https://docenti.unimc.it/laura.salvadego>), che è il punto di riferimento per la didattica nell'ambito della mobilità internazionale degli studenti in ingresso e in uscita.

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

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

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extraeuropei

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

*Nessun Ateneo*



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

## ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEO

15/05/2023

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

- Servizio informazioni su tirocini extracurriculari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;
- Pubblicazione di offerte di tirocinio/lavoro – l'Ufficio pubblica nella bacheca on line "Offerte di lavoro" tutte le offerte di tirocinio/lavoro provenienti dalle aziende. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'Ufficio garantisce, in tal caso, supporto per l'attivazione del tirocinio extracurriculare;
- Career day - appuntamento annuale in cui laureandi e laureati possono sostenere colloqui individuali di selezione con i manager o i responsabili delle Risorse Umane delle aziende del territorio che hanno posizioni aperte, inviare il proprio curriculum e partecipare alle presentazioni aziendali. Durante l'evento sono organizzati workshop di formazione dedicati: – alle aziende e focalizzati sulle opportunità degli strumenti di inserimento lavorativo (tirocini, apprendistati, dottorati eureka, bandi, agevolazioni fiscali, tendenze del mercato del lavoro, ecc.) al fine di accrescere la percezione dell'importanza dell'inserimento di laureati nel proprio organico e della qualità dei laureati dell'Ateneo;

- ai laureandi e laureati focalizzati su tematiche quali: come scrivere un curriculum, come affrontare un colloquio di selezione, come sviluppare competenze trasversali, ecc;
- Pubblicazione del curriculum - attraverso la piattaforma Almalaurea i laureandi e i laureati possono pubblicare sul sito web il proprio curriculum, aggiornarlo costantemente per essere visibili a potenziali datori di lavoro, oltre a candidarsi per le offerte di lavoro sia tramite il canale Almalaurea sia tramite il sito di Ateneo;
- Tirocini extracurricolari – l'Ufficio si occupa delle procedure di attivazione dei tirocini extracurricolari che i laureati, i dottori di ricerca (di età inferiore a 30 anni) o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero;
- Gli appuntamenti del placement - percorso di formazione e orientamento al lavoro dal titolo "La formazione umanistica in ambito aziendale", realizzato in collaborazione con l'Istituto Adriano Olivetti (ISTAO) di Ancona, consistente in un ciclo di incontri con esperti aziendali (manager e consulenti) su tematiche come l'orientamento alle professioni, il valore del team working, ecc., per preparare laureandi e laureati ad affrontare il mondo del lavoro in maniera consapevole ed efficace, mettere a fuoco i propri punti di forza, obiettivi, aspettative e confrontarsi con le esigenze di imprese e mondo del lavoro; le tematiche affrontate sono le seguenti:
  - come preparare al meglio un curriculum;
  - come affrontare un colloquio di lavoro;
  - come è strutturato il processo di selezione in azienda;
  - quali caratteristiche cercano le imprese da un giovane;
  - quali sbocchi in azienda per i vari tipi di laurea;
  - quali sono le professioni emergenti;
  - come sta cambiando il mondo del lavoro;
  - sperimentare il lavoro in team;
  - personal branding e web reputation.
- Laboratorio Umanistico per la Creatività - l'Ufficio attiva ogni anno un percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e dei laureati con particolare riguardo allo sviluppo di competenze trasversali e alla sperimentazione di nuove procedure in grado di sostenere l'autoimprenditorialità e il collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa.

#### ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

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

- 2/10/2022 Seminario: "Acquisire clienti online: Case study Mangialocale.com" - Mara Gaggia - Copywriter & Social Media Strategist presso agenzia B.Mark. Moderatore. Prof. Giacomo Gistri
- 17/11/2022 Seminario: "Don't make Ads, make Tiktoks" - Laura Montanari - Copywriter & Social Media Manager presso Xplace - Digital Agency. Moderatore: Giacomo Gistri
- 23/11/2022 Seminario: "Il ruolo fondamentale della SEO per la visibilità dei contenuti sul web" - Gianpiero Spelozzo – SEO Content Manager presso GetResponse. Moderatore: Giacomo Gistri.
- 29/11/2022: Seminario "Extended reality e trasformazione digitale" – Luca Agnani, esperto di videomapping 3D (Luca Agnani studio); Lorenzo Compagnucci, professore a contratto Unimc. Moderatore: Prof. Emanuele Frontoni

Descrizione link: servizio placement

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



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

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

Per l'elenco dei seminari in cui siano stati coinvolti rappresentanti del mondo del lavoro si rimanda al Quadro B5 – Accompagnamento al lavoro (Attività del corso di studio). Per le altre iniziative formative di carattere culturale si segnalano seminari, workshop, convegni organizzati da docenti del corso di laurea che hanno previsto il coinvolgimento di ricercatori e studiosi italiani e stranieri. In particolare, tra i principali seminari rivolti al corso di laurea LM-19, si possono indicare i seguenti:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– Ottobre-dicembre (26 ottobre, 21 novembre, 20 dicembre) 2022: ciclo di seminari “Questioni di genere: alcune domande del presente”. Partecipanti: Alessia Bertolazzi (Unimc); Valeria Quaglia (Unimc); Maddalena Cannito (Università di Trento); Emmanuele Pavolini (Unimc); Natascia Mattucci (Unimc); Francesca Di Muzio (Iusve Verona); Ines Corti (Unimc). I tre seminari vertono, rispettivamente, sui temi seguenti: “Ripensare le politiche in ottica di genere. paternità e stereotipi nelle politiche sociali e aziendali italiane”; “Cosmologia della violenza familiare”; “Pandemia e disuguaglianze di genere”.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

-24/03/2023: “La città delle donne” Marcello La Matina (Università Di Macerata). “Paternità tra nuovi modelli di welfare, lavoro e maschilità”, Maddalena Cannito, Scuola Superiore Normale Pisa.

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

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

-1/04/2023: “La tutela dei diritti sessuali e riproduttivi nel corso dei conflitti”, Rachele Marconi (Università Di Macerata). “Percorsi di emancipazione femminile nel mondo arabo” Mariangela Masullo (Università Di Macerata).

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

-15/04/2023: “Le donne e i ‘cavalieri’. Persona e genere tra grammatica e semantica nella lingua della comunicazione

pubblica e istituzionale”, Francesca Chiusaroli (Università Di Macerata). “Rappresentazione mediale e costruzione sociale della violenza di genere” Julia Ponzio (Università Di Bari).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Link inserito: <http://>

01/09/2023

Le opinioni degli studenti sulla qualità della didattica sono oggetto di una costante analisi da parte della Presidente e dei docenti del Corso di laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali. A cadenza annuale, il Consiglio della Classe discute i risultati dell'indagine e, ove necessario, prevede azioni di miglioramento. Questo monitoraggio consente un continuo sforzo da parte di tutte le risorse coinvolte (docenti e personale tecnico-amministrativo) per assicurare agli studenti un'esperienza di studio sempre più soddisfacente.

La qualità delle attività didattiche è valutata attraverso un'indagine che ha l'obiettivo di rilevare la soddisfazione degli studenti per ogni singolo insegnamento previsto nel proprio piano di studi. Prima di sostenere l'esame, gli studenti devono compilare un questionario volto a misurare alcuni indicatori legati all'insegnamento frequentato.

Tali indicatori riguardano: la valutazione sull'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute (1 item: Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?); la partecipazione e il coinvolgimento nelle lezioni erogate (2 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 entro un range da 1 a 10 punti. Infine, il questionario si conclude con una domanda con risposta a scelta multipla, in cui gli studenti devono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti, volti a migliorare la qualità dell'insegnamento. Per l'anno accademico 2022-2023, i dati esaminati sono provvisori (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023). Tali dati sono messi a confronto con i dati definitivi, raccolti nell'anno accademico 2021-2022 (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023).

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

Nell'anno accademico 2022-2023, alla data del 28/08/2023, sono stati raccolti 393 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 215 compilati da studenti frequentanti, vale a dire da coloro che hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni, 98 da studenti non frequentanti (non hanno frequentato, o meno del 50%), 80 da studenti iscritti ai servizi aggiuntivi di didattica e-learning.

Rispetto al primo indicatore, inerente all'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute dagli studenti, nell'a.a. 2022-23, gli studenti frequentanti esprimono una valutazione media pari a 7,16, allineata al valore registrato per gli studenti non frequentanti e leggermente inferiore a quello degli studenti iscritti ai servizi e-learning (rispettivamente 7,09 e 7,69).

Riguardo agli studenti frequentanti, l'indicatore è di poco inferiore alla media di Dipartimento (7,58) e di Ateneo (7,72), così come ai valori medi riscontrati nel precedente anno accademico. Precisamente, nell'a.a. 2021-22, per gli studenti frequentanti il valore medio è stato pari a 7,71, per i non frequentanti 8,06, per gli studenti e-learning 7,98.

La partecipazione degli studenti agli insegnamenti viene misurata sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni, sia attraverso l'item "È interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento". In merito alla frequenza delle lezioni, nell'anno accademico 2022/23 le risposte ottenute dagli studenti frequentanti rappresentano il 54,7% sul totale, quelle degli studenti non frequentanti il 25%, quelle degli studenti e-learning il 20,3%. Nel precedente anno accademico i valori appaiono omogenei: i questionari compilati sono stati rispettivamente il 60,4% per gli studenti frequentanti e il 19,8% sia per i non frequentanti, sia per gli studenti iscritti ai servizi e-learning. Riguardo al secondo indicatore, gli studenti sono in larga misura interessati ai contenuti del corso, pur registrando un leggero decremento rispetto al precedente anno accademico: il voto medio registrato è 7,74 per gli studenti frequentanti (nell'anno accademico 2021-22 era 8,16); 7,58 per i non

frequentanti (precedente 7,79); per gli studenti e-learning 8,43 (rispetto al precedente 8,19).

Per quanto riguarda l'indicatore della soddisfazione per il metodo di insegnamento, i dati esaminati per l'a.a. 2022-23 mostrano un quadro di generale apprezzamento per i docenti del Corso. In una scala da 0 a 10, il voto medio è intorno all'8 per le tre domande sottoposte agli studenti. L'item 'il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina' ha ottenuto un voto medio di 8,02; 'espone gli argomenti in modo chiaro', voto medio 8,1; è reperibile per chiarimenti e spiegazioni, voto medio 8,45 per studenti frequentanti; 7,85 per studenti non frequentanti; 8,31 per studenti e-learning). Questi valori sono allineati rispetto a quelli registrati nell'a.a. 2021-22 e presentano un minimo scarto rispetto alle medie ottenute per tutti gli insegnamenti del Dipartimento e dell'Ateneo. Difatti, a livello di Dipartimento, i tre indicatori summenzionati registrano rispettivamente le seguenti valutazioni: 8,25; 8,27; 8,64.

Per quanto concerne l'indicatore sulla soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento, il questionario presenta 6 domande che toccano aspetti legati ai contenuti dell'insegnamento e alle modalità di erogazione delle lezioni. In merito ai contenuti, gli studenti esprimono un parere positivo sia in termini assoluti, sia in comparazione con l'a.a. precedente. Il materiale didattico è ritenuto adeguato dalla maggioranza. Per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, il voto medio è 7,82 (in lieve calo rispetto all'8,43 rilevato nel precedente anno accademico), per gli studenti non frequentanti il voto medio è 7,77, per gli studenti e-learning 8,14. Allo stesso modo, la sostenibilità del carico di studio rispetto ai crediti assegnati è valutata positivamente: per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, il voto medio è 7,93, a fronte di un precedente 8,08; per gli studenti non frequentanti è pari a 7,55; per gli studenti e-learning è pari a 8.

La domanda 'Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?', per gli studenti frequentanti ottiene una media di 8,15 (precedente 8,60), per i non frequentanti 7,9 (precedente 8,47) e per gli studenti e-learning di 8,48 (precedente 8,3). Riguardo alla domanda 'L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio', per gli studenti frequentanti la media è 8,27 (precedente 8,62). I valori sono tutti positivi, anche se leggermente inferiori rispetto a quelli dell'a.a. 2021-22, e in linea con le medie del Dipartimento e dell'Ateneo.

Riguardo alle modalità di erogazione delle lezioni, il giudizio è positivo: gli studenti sono soddisfatti del rispetto degli orari delle lezioni (voto medio 8,09, per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, rispetto al precedente 8,56) e delle attività didattiche integrative, come esercitazioni, laboratori, ecc. (il voto medio è 7,68, rispetto al precedente 8,21).

Il questionario di valutazione della didattica termina con una domanda a scelta multipla, in cui gli studenti possono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento. Per gli studenti frequentanti, non frequentanti ed e-learning, dell'a.a. 2022-23, le risposte selezionate con maggior frequenza sono le seguenti: la risposta 'nessun suggerimento' è stata scelta 245 volte (su 393 questionari totali). Si tratta di un dato rilevante per comprendere il grado di apprezzamento della didattica: più del 60% degli studenti dichiara di non aver alcun suggerimento in merito al miglioramento della didattica svolta. Perciò una minoranza di studenti suggerisce di alleggerire il carico didattico complessivo (41); fornire più conoscenze di base (49); inserire prove intermedie (28).

Inoltre, gli indicatori sono stati esaminati singolarmente per ogni insegnamento erogato nel CdS nell'anno accademico 2022/23. Dall'analisi delle valutazioni raccolte tra gli studenti, emerge un quadro molto positivo, in cui le criticità riguardano soltanto due insegnamenti. In particolare, sono considerati "critici" gli indicatori per i quali un insegnamento ha ottenuto un voto inferiore a 6, basato su un minimo di 5 risposte. Riguardo agli insegnamenti dell'area Economico-Aziendale e Giuridica, si rileva un insegnamento con un indicatore inferiore a 6 riguardante il rispetto degli orari di insegnamento. Nell'area Linguistico-Storico-Letteraria, un insegnamento presenta cinque indicatori critici: in particolare, le conoscenze preliminari possedute, l'interesse degli studenti per la materia, l'adeguatezza del materiale didattico, la capacità del docente di stimolare l'interesse per la materia e di esporre gli argomenti in modo chiaro.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Analisi rilevazione opinioni studenti 2022-23



L'opinione dei laureati viene valutata attraverso un'indagine svolta dal Consorzio interuniversitario AlmaLaurea attraverso un questionario somministrato ai laureati nell'anno solare 2022. I risultati esaminati sono tratti dalle risposte ottenute da 23 intervistati, su un totale di 24 laureati nel 2022, e sono aggiornati ad aprile 2023. L'esperienza dei laureati è valutata per mezzo di alcuni indicatori, quali la soddisfazione generale per il Corso di laurea, il rapporto con i docenti, l'organizzazione della didattica, le strutture in cui si svolgono le attività didattiche.

Riguardo alla soddisfazione per il Corso di laurea in Comunicazione e culture digitali, circa 9 intervistati su 10 si dichiarano complessivamente soddisfatti del corso; nel dettaglio, risponde "decisamente sì" il 52,4%, "più sì che no" il 38,1%. Il gradimento rilevato appare superiore a quello dei laureati nella stessa classe negli altri Atenei italiani, per cui il valore riscontrato per l'opzione "decisamente sì" si ferma al 41%. Il giudizio positivo verso il Corso di laurea trova conferma anche nell'indicatore che valuta la propensione dei laureati a iscriversi di nuovo allo stesso corso di laurea. Tre laureati su quattro (76,2%) si iscriverebbero di nuovo a Comunicazione e culture digitali, superando il dato rilevato a livello nazionale presso i laureati nella stessa classe di altri Atenei (67,5%). Inoltre, anche l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti mostra un buon livello di apprezzamento presso i neolaureati: il 42,9% risponde "decisamente sì" (contro il 34% a livello nazionale presso i laureati nella medesima classe), il 52,4% "più sì che no" (58,7% su base nazionale).

Per quanto concerne la valutazione dell'organizzazione della didattica, il questionario presenta tre indicatori. Il primo misura la sostenibilità del carico di studio richiesto dagli insegnamenti rispetto alla durata del corso di studio, verso il quale gli intervistati esprimono un parere positivo ("decisamente sì" il 52,4%, "più sì che no" il 33,3%, leggermente superiori ai risultati dei laureati della stessa classe a livello nazionale, rispettivamente 47,3% e 43,9%). Il secondo indicatore mostra la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): il 47,6% dichiara di essere stato "sempre o quasi sempre soddisfatto", il 42,9% "per più della metà degli esami" (anche in questo caso, i valori sono leggermente superiori alla media nazionale dei laureati nella medesima classe, tenendo conto che il 43,5% si dichiara sempre o quasi sempre soddisfatto). Il terzo indicatore rileva il tasso di frequenza degli studenti agli insegnamenti e in questo caso il campione analizzato si caratterizza per regolarità nella frequenza accademica. Infatti, il 71,4% dichiara di aver frequentato in modo regolare le lezioni "per più del 75% degli insegnamenti previsti" dal Corso di laurea, superando la media nazionale dei laureati nella stessa classe di laurea (66,9%). In merito al giudizio sulle strutture universitarie, le aule in cui si svolgono le attività didattiche sono considerate "sempre o quasi sempre adeguate" dal 38,9% degli intervistati, e "spesso adeguate" dal 61,1%, in linea con i risultati della stessa classe su base nazionale (rispettivamente, 34,8% e 58,4%). Riguardo alla disponibilità delle postazioni informatiche, quasi la totalità dei laureati intervistati (92,9%) ritiene che il loro numero sia adeguato, presentando un valore decisamente più alto rispetto alla media nazionale (67,5%). Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 58,3% degli intervistati le ritiene "spesso adeguate" e il 41,7% "sempre o quasi sempre". I servizi bibliotecari raccolgono un giudizio soddisfacente, pur se inferiore alla media nazionale: il 69,2% li valuta in modo "abbastanza positivo" e il restante 30,8% in modo "decisamente positivo" (contro il 42% registrato sui laureati della stessa classe a livello nazionale).

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

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



## ▶ QUADRO C1

### Dati di ingresso, di percorso e di uscita

01/09/2023

Dati di ingresso, di percorso e di uscita Anno accademico 2022/2023

Estrazione 29/08/2023

Fonte dati: mia.unimc.it

#### INGRESSO

Al momento dell'estrazione, il numero totale di iscritti nell'anno solare 2023 è pari a 99, un valore pressoché stabile rispetto al 2022, ma in netta crescita rispetto al 2021 (numero finale di iscritti 77). Riguardo agli iscritti al primo anno, si rileva una lieve flessione, considerando che nel 2021 vi sono stati 52 iscritti, nel 2022 53, mentre nel 2023 sono stati 41 gli iscritti.

La percentuale di studenti iscritti con titolo straniero registra un ulteriore piccolo aumento, essendo pari al 2,44% al momento dell'estrazione, contro l'1,89% dell'anno precedente.

Rispetto allo scorso anno accademico, decresce in valore assoluto il numero di studenti che si avvalgono dell'e-learning (da 29 nel 2021/2022 a 23 nel 2022/2023); tuttavia, in termini percentuali rispetto al totale degli iscritti al primo anno il valore appare stabile (54,7% nel 2021/22; 56% nel 2022/23).

#### PERCORSO

La media dei CFU acquisiti nell'anno accademico 2021/2022 si attesta a 27,79 e risulta in leggera flessione rispetto allo scorso anno accademico 38,75. Si tratta, tuttavia, di un dato provvisorio, poiché gli studenti possono ancora sostenere esami e il dato potrebbe salire. Così come nell'anno precedente, il 100% degli studenti del 2° anno hanno ottenuto almeno 6 CFU al primo anno.

Osservando gli indicatori riguardanti gli studenti inattivi e fuori corso, si nota un lieve rallentamento del percorso di studi degli studenti. Gli studenti inattivi, vale a dire coloro che hanno conseguito nell'anno accademico di riferimento un numero di CFU inferiore a 5, erano pari al 15% nel 2020/21, al 14,29% nel 2021/22, mentre salgono al 23,23% nel 2022/23.

Tuttavia, anche in questo caso si tratta di un dato provvisorio. Parimenti, la quota di studenti fuori corso risulta in aumento rispetto all'anno accademico precedente, passando dall'8,65% nel 2022 al 16,16% nel 2023. Gli studenti attivi, ovvero sia gli studenti iscritti in corso che abbiano acquisito almeno 12 CFU, sono 68: tale dato (provvisorio) è superiore al 2021 (erano 56), ma al momento inferiore al 2022 (80 studenti).

Il numero medio di crediti acquisiti dagli studenti Erasmus è stato pari a 51 nel 2022, mentre nel 2023 il dato (provvisorio) è fermo a 0. Il numero di studenti con stage esterni con acquisizione di crediti è di 19 nel 2023, mentre nel 2022 è stato di 37.

Per quanto concerne la fedeltà degli studenti al corso di laurea, la situazione è in generale stabile. Da un lato, il tasso di abbandono dei corsi si attesta nel 2022/23 al 22,67% e, dunque, appare in diminuzione rispetto al 2020/21 (28,57%) e allineato al 2021/22 (22,73%). Dall'altro, però, il tasso di re-iscrizione tra il primo e il secondo anno appare in leggera diminuzione, passando dall'80,77% nel 2021/22 al 77,36% nel 2022/23.

#### USCITA

Gli studenti laureati nel 2022/23 sono 14 alla data di estrazione degli indicatori (nel 2021/2022 sono stati 24). Tuttavia, si tratta di un dato provvisorio, destinato a salire, in considerazione del fatto che ci sarà un'altra sessione di laurea.

Il tempo medio di laurea si mantiene stabile, essendo di 2 anni e 6 mesi del 2020 e 2 anni e 5 mesi sia nel 2022, sia nel 2023.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati ingresso percorso uscita 2022-23

01/09/2023

I dati di ingresso nel mercato del lavoro dei laureati in Comunicazione e culture digitali si basano sulla rilevazione condotta da AlmaLaurea nel 2022 (i dati sono stati estratti dalla banca dati AlmaLaurea sulla condizione occupazionale dei laureati italiani ad aprile 2023). La rilevazione prende in esame il collettivo degli studenti che si sono laureati nel 2021, monitorando la loro situazione occupazionale ad un anno dalla laurea (i dati relativi ai laureati del 2019 a tre anni dalla laurea, così come dei laureati del 2017 a 5 anni dalla laurea, non sono disponibili, in quanto AlmaLaurea non analizza collettivi inferiori a 5 unità).

Nel dettaglio, dei 17 studenti laureatesi in Comunicazione e culture digitali nel 2021, sono stati intervistati 12, e tra questi ultimi il collettivo esaminato è stato ristretto a 6 individui, poiché non sono stati considerati coloro che già lavoravano al momento della laurea.

Complessivamente la condizione occupazionale dei nostri laureati risulta soddisfacente, con performance in linea, se non superiori, al collettivo dei laureati della stessa classe di laurea magistrale degli altri Atenei italiani.

Il tasso di occupazione ad un anno dal titolo è pari al 66,7%, superiore di 3 punti circa la tasso rilevato su base nazionale presso il collettivo dei laureati della stessa classe di laurea magistrale (63,9%).

Gli occupati che nel proprio lavoro utilizzano in misura elevata le competenze acquisite con la laurea magistrale risultano essere il 50% (contro il 45,6% dei laureati della stessa classe a livello nazionale). Allo stesso modo, anche la retribuzione mensile netta appare superiore alla media dei laureati della stessa classe degli altri Atenei italiani: la retribuzione è pari a € 1.126 per i laureati in Comunicazione e culture digitali, mentre è pari a € 1.066 per gli altri laureati della stessa classe. Infine, l'indicatore relativo alla soddisfazione per il lavoro svolto appare allineato alla media nazionale. In una scala da 1 a 10, infatti, i laureati, ad un anno dal titolo, dichiarano un livello di soddisfazione per il proprio lavoro pari a 7,5, mentre i laureati della stessa classe a livello nazionale registrano un valore di 7,4.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Scheda Unica Annuale -Condizione occupazionale - Dati AlmaLaurea

01/09/2023

In questa sezione vengono analizzati i dati relativi ai questionari compilati da enti ed imprese ospitanti gli studenti della laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali, al termine dello stage curriculare nell'anno accademico 2022/23. I dati, aggiornati al 30/08/2023, sono stati scaricati dal portale di Ateneo MIA. Il collettivo indagato comprende in tutto 9 aziende/enti.

L'analisi dei questionari finali compilati dai tutor degli enti ospitanti restituisce un quadro ampiamente positivo per i nostri studenti. La totalità degli intervistati ha valutato le funzioni e i compiti svolti dallo/dalla stagista molto congruenti con il progetto formativo relativo allo stage. I tutor aziendali, inoltre, hanno apprezzato la preparazione degli stagisti in una serie di competenze trasversali, quali:

- comunicare con gli altri e trasmettere informazioni: molto competente (7 casi), abbastanza competente (2 casi);
- lavorare in gruppo: molto competente (8 casi) (in un caso, tale compito non era previsto dallo stage);
- raccogliere, selezionare ed elaborare informazioni: molto competente (7 casi), abbastanza competente (2 casi);
- adattarsi ai cambiamenti ed essere flessibile di fronte a diverse situazioni: molto competente (8 casi), abbastanza competente (1 caso);
- utilizzare software e pacchetti informatici: molto competente (8 casi), abbastanza competente (1 caso);
- intrattenere una conversazione e produrre testi in lingua straniera: molto competente (3 casi), (in 6 casi, era una competenza non prevista dallo stage);
- gestire il tempo e organizzare il proprio lavoro: molto competente (9 casi);

- intraprendere azioni di propria iniziativa: molto competente (6 casi), abbastanza competente (3 casi).

Infine, la totalità dei tutor aziendali intervistati ha riscontrato punti di forza nella preparazione degli stagisti e circa uno su due (in 4 intervistati su 9) non ha rilevato aree migliorabili nella preparazione.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Rilevazione tutor ente ospitante 2022-23



## ▶ QUADRO D1

### Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

15/05/2023

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

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

## ▶ QUADRO D2

### Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

14/06/2023

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

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

disposizione dal SGQ di Ateneo; interviene per risolvere le criticità che vengono segnalate dalla CPDS e dal Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio; interviene per analizzare e risolvere le criticità di singoli insegnamenti insieme ai docenti interessati; compila, nel rispetto delle scadenze dettate dalla normativa vigente, la scheda SUACdS; in collaborazione con il Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio, organizza periodicamente degli audit con i rappresentanti degli studenti.

- Gruppo di gestione dell'AQ del corso di studio (GAQ): nominato dal Consiglio del CdS, è composto dal Presidente del Corso, dai rappresentanti degli studenti individuati tra gli studenti eletti nei Consigli di Corso, dal docente Referente Scheda-SUA, da alcuni docenti referenti del CdS, dal personale Tecnico-Amministrativo Referente AQCdS. Il GAQ provvede alla compilazione della scheda SUA-CdS, alla stesura della scheda di monitoraggio annuale del CdS e all'individuazione di azioni di miglioramento, valutando: i dati relativi ai risultati delle attività didattiche del CdS; le schede dell'opinione degli studenti, dei laureati, dei docenti e degli enti/imprese presso i quali gli studenti effettuano stage o tirocini; il recepimento degli obiettivi della qualità della didattica definiti dagli Organi di Governo; i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS; la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza. Tipicamente a intervalli di più anni in funzione della durata del CdS e della periodicità dell'accreditamento e, comunque, in preparazione di una visita di accreditamento periodico, il GAQ provvede alla stesura del riesame ciclico del CdS e all'individuazione di azioni di miglioramento, valutando: l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS; le figure professionali di riferimento e le loro competenze; la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti; l'efficacia del sistema di gestione del CdS; i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS; la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza. Inoltre, il GAQ coadiuva il Presidente di CdS nella redazione del documento di autovalutazione per l'Accreditamento Periodico.

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

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

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

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

Link inserito: <http://>

## ▶ QUADRO D3

### Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

14/06/2023

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

Link inserito: [https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee\\_guida\\_procet\\_si\\_assicurazione\\_qualita\\_ateneo](https://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/linee_guida_procet_si_assicurazione_qualita_ateneo)

## ▶ QUADRO D4

### Riesame annuale

15/05/2023

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

- valutare la sostenibilità, l'idoneità, l'adeguatezza e l'efficacia dell'attività formativa del corso;

- individuare e quindi attuare le opportune iniziative di correzione e miglioramento, i cui effetti dovranno essere valutati sistematicamente.

Gli esiti delle suddette valutazioni sono contenuti nella Scheda di monitoraggio annuale, nel Rapporto di riesame ciclico e

nella Relazione della Commissione paritetica docenti studenti.

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Relazione CPDS 2022



QUADRO D5

Progettazione del CdS

09/05/2022

Descrizione link: Progettazione del corso di laurea magistrale "Comunicazione e culture digitali" Classe LM - 19 –  
Informazione e sistemi editoriali

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO D6

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

09/05/2022

Link inserito: <http://>



QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



**Curriculum: Percorso comune**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	<p>ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni</p> <hr/> <p>↳ <i>INFORMATICA MULTIMEDIALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese</p> <hr/> <p>M-FIL/03 Filosofia morale</p> <hr/> <p>↳ <i>Mod.a Etica dei media digitali (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>M-PSI/05 Psicologia sociale</p> <hr/> <p>↳ <i>Mod.b Psicologia dei media digitali (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro</p> <hr/> <p>↳ <i>MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p>	30	38	38 - 38
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	<p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>CINEMATOGRAFIA DIGITALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>↳ <i>BRAND STORYTELLING (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE PUBBLICA E OPEN GOVERNMENT (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p>	24	16	16 - 16
Discipline		32	24	24 -

storico-sociali, giuridico- economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	M-STO/04 Storia contemporanea			24
	↳ <i>STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	SECS-P/02 Politica economica			
	↳ <i>ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ <i>DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/07 Sociologia generale			
	↳ <i>ETNOGRAFIA DIGITALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			78	78 - 78

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	IUS/08 Diritto costituzionale	32	16	16 - 16 min 12
	↳ <i>DIRITTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI E DELLA PRIVACY (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	IUS/10 Diritto amministrativo			
	↳ <i>DIRITTO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NELL'ERA DIGITALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
	↳ <i>LETTERATURA DIGITALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			16	16 - 16

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		8	8 - 8
Per la prova finale		14	14 - 14
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	4	4 - 4
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
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		-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>26</b>	<b>26 - 26</b>

**CFU totali per il conseguimento del titolo**

**120**

**CFU totali inseriti nel curriculum *Percorso comune*:**

120

120 - 120