



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
Nome del corso in italiano RED	Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1546366</i>)
Nome del corso in inglese RED	Communication Science
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione RED
Lingua in cui si tiene il corso RED	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RED	http://www.dce.unimore.it/site/home/didattica/lauree/scienze-della-comunicazione.html
Tasse	http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MARTINI Maria Cristiana
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Interclasse
Struttura didattica di riferimento	Comunicazione ed economia

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CAVAZZA	Nicoletta	M-PSI/05	PA	1	Caratterizzante
2.	ESPOSITO	Elena	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante
3.	GRAZIANI	Anna Rita	M-PSI/05	RU	1	Caratterizzante
4.	GUARDIANO	Cristina	L-LIN/01	PA	1	Base
5.	IANI	Cristina	M-PSI/01	PA	1	Caratterizzante

6.	IRIMIA	Monica Alexandrina	L-LIN/01	RD	1	Base
7.	MONTANARI	Federico	SPS/08	RD	1	Base/Caratterizzante
8.	ALESSI	Glen Michael	L-LIN/12	RU	1	Base
9.	PANCOTTO	Francesca	SECS-P/02	PA	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

Ghidoni Leonardo
247004@studenti.unimore.it
Corni Francesca 220083@studenti.unimore.it
Davoli Nicol 241511@studenti.unimore.it
Buffagni Nicola 228593@studenti.unimore.it
Govi Grancesco 226037@studenti.unimore.it
Frazzica Valentino
228926@studenti.unimore.it
Guida Lucia 246908@studenti.unimore.it
Poppi Federico 242594@studenti.unimore.it

Gruppo di gestione AQ

CINZIA BIANCHI
CRISTINA IANI
MARIA CRISTIANA MARTINI
YULIANA ISABEL MOLINA PALACIO
DANIELA REGNOLI

Tutor

Anna Rita GRAZIANI
Alberto CEVOLINI
Elena ESPOSITO
Cristina IANI
Nicoletta CAVAZZA

Il Corso di Studio in breve

21/02/2018

La comunicazione e l'informazione hanno oggi un ruolo decisivo nelle prassi operative e strategiche di organizzazioni pubbliche e private. La conoscenza dei meccanismi che regolano tali processi e il possesso degli strumenti che servono per governarli sono pertanto condizioni cruciali per l'inserimento e l'integrazione in numerosi contesti professionali.

Il corso di laurea in Scienze della comunicazione offre strumenti specifici, teorici e pratici, per riconoscere le peculiarità delle numerose possibili tipologie di testi che vengono prodotti facendo uso di diverse tecniche e tecnologie comunicative, in particolare quelle legate ai cosiddetti "nuovi media".

Particolare importanza, fra le finalità del corso, rivestono la progettazione, l'allestimento pratico e la gestione di forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni o istituzioni. A questo scopo verranno fornite attività di laboratorio connesse soprattutto con grafica e videocomunicazione.

Uno spazio importante è dedicato allo sviluppo delle abilità comunicative, con una particolare attenzione agli aspetti linguistici ed espressivi, affrontati anche nella prospettiva dell'azione pratica, tramite lo svolgimento di attività concrete di scrittura e costruzione audiovisiva di testi specifici.

In particolare, gli studenti maturano abilità connesse con attività di tipo redazionale, e con la produzione di testi informativi e comunicativi in ambiti culturali ed editoriali.

Lo studio della psicologia, della sociologia, dell'informatica, della linguistica e della semiotica consente di acquisire le conoscenze teoriche basilari dei processi comunicativi che verranno completate dall'introduzione dei principi di economia, statistica, ricerca sociale e diritto dell'informazione.

Alla preparazione teorica di base si affiancano due percorsi formativi nei quali gli studenti sono chiamati ad applicare concretamente le conoscenze acquisite.

Nel primo percorso si approfondiscono in modo peculiare i linguaggi dei media, attraverso lo studio dal punto di vista sociologico e semiotico di cinema, televisione, web, nuove forme di narrazione e di comunicazione.

Il secondo percorso è dedicato alla comunicazione d'impresa, e affronta lo studio dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna.



QUADRO A1.a
RD

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

07/02/2018

Il progetto di trasformazione dell'ordinamento della laurea triennale in Scienze della Comunicazione in quello della laurea in Scienze della Comunicazione, discusso dai docenti della Facoltà nelle riunioni del del 25 Settembre e del 6 Novembre 2007 è stato presentato al Comitato d'indirizzo del corso di studio in Scienze della Comunicazione in una prima riunione preliminare del 18 Ottobre ed è stato condiviso nella seconda riunione del 15 Novembre 2007. Durante la prima riunione il Comitato d'indirizzo ha sottolineato l'esigenza di inserire, accanto alla necessaria formazione di base, insegnamenti che rafforzassero l'orientamento professionalizzante.

I docenti hanno integrato l'offerta formativa con laboratori di scrittura, video-comunicazione, grafica e metodologia della ricerca sociale e nella seconda riunione il Comitato d'Indirizzo ha espresso parere favorevole, giudicando il corso adeguato per la formazione di professionalità richieste nel mondo del lavoro, ed in particolare nelle aree di Comunicazione e Relazioni con il Pubblico, delle organizzazioni economiche profit e non profit ed istituzionali ed ha espresso la volontà di continuare a contribuire al progetto formativo con il rinnovo dei numerosi tirocini già attivati.

I rapporti con il territorio sono costantemente monitorati anche attraverso numerose attività di ricerca, organizzazione di stage e tirocini, presentazioni e testimonianze aziendali che risultano ormai parte integrante dell'attività formativa stessa.

QUADRO A1.b

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

10/05/2018

Nel marzo 2015 è stato formalizzato un Comitato di indirizzo del Dipartimento di Comunicazione ed Economia. Del comitato fanno parte docenti del corso di laurea e "Parti Interessate" (rappresentanti di aziende particolarmente presenti sul territorio e sedi di stage per gli studenti, rappresentanti delle associazioni di categoria, rappresentanti delle amministrazioni locali) particolarmente "rappresentative" delle professionalità dei laureandi/laureati.

Il Comitato di Indirizzo è stato convocato periodicamente, inizialmente con cadenza semestrale e poi con cadenza almeno annuale.

In sintesi, per quanto riguarda il cds in oggetto, il Comitato di indirizzo apprezza la visione multidisciplinare, la flessibilità e le capacità di problem solving che il corso è in grado di trasmettere agli studenti.

Suggerisce di potenziare l'area delle competenze trasversali (curiosità; intraprendenza; sapere reagire positivamente alle pressioni e alle scadenze) e di prestare particolare attenzione alla acquisizione delle competenze di scrittura.

Il suggerimento è stato accolto dal consiglio di indirizzo del cds, rafforzando l'area delle competenze di base con un ulteriore corso nel settore L-LIN/01.

Successivamente, in occasione della consultazione 2018, è emersa l'esigenza di arricchire le competenze digitali e di ampliare la possibilità di scelta offrendo alcuni insegnamenti legati all'area della comunicazione d'impresa. Questi suggerimenti sono stati

accolti e integrati nella nuova offerta formativa.

In allegato il link ai verbali delle ultime sedute

Descrizione link: Verbali degli incontri con il comitato di indirizzo

Link inserito: <http://www.dce.unimore.it/site/home/dipartimento/assicurazione-qualita/comitato-di-indirizzo.html>

QUADRO A2.a

R^{AD}

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Addetto alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico in organizzazioni pubbliche e private

funzione in un contesto di lavoro:

Il profilo dei laureati in Scienze della comunicazione consente di svolgere i compiti seguenti:

- Organizzare e gestire le relazioni con il pubblico e la comunicazione con l'ambiente delle organizzazioni (pubblicità, eventi, pubbliche relazioni, comunicazione pubblica)
- Organizzare le reti comunicative interne alle organizzazioni
- Ideare e redarre testi su ogni tipo di supporto, tradizionale e multimediale

competenze associate alla funzione:

- Capacità di ideare, organizzare e gestire i flussi comunicativi nelle organizzazioni
- Conoscenze e competenze specifiche riguardanti la comunicazione multimediale, anche nelle agenzie pubblicitarie e nel settore della formazione permanente e a distanza
- Competenze specifiche riguardanti l'organizzazione di eventi

sbocchi occupazionali:

- Piccole, medie e grandi imprese, pubbliche e private
- Enti locali e pubblica amministrazione
- Organizzazioni nel settore dell'editoria e della pubblicità
- Istituzioni pubbliche e private di formazione

QUADRO A2.b

R^{AD}

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1)
2. Intervistatori e rilevatori professionali - (3.3.1.3.2)
3. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
4. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
5. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

QUADRO A3.a

R^{AD}

Conoscenze richieste per l'accesso

Per essere ammessi al Corso di Laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Il regolamento didattico del corso di laurea prevede che per assicurare la proficua frequenza negli studi lo studente debba possedere, al momento dell'accesso, sufficienti conoscenze e competenze della lingua italiana, della vita pubblica ed istituzionale recente e adeguate capacità di ragionamento logico. E' prevista una verifica obbligatoria delle conoscenze individuali all'accesso. Se la verifica non è positiva, sono previsti specifici obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare nel primo anno di corso.

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

21/01/2016

Le conoscenze e le competenze richieste sono verificate attraverso sessioni di prove scritte o test in laboratorio.

Si tratta, in particolare, di 8 appelli da settembre a gennaio, con test a risposta multipla: 30 domande (cinque possibili risposte) da svolgere in trenta minuti (le domande vertono sulle competenze linguistiche e la cultura generale). Il test è superato se si risponde correttamente ad almeno 18 domande.

Modalità e tempi di svolgimento di tali prove vengono comunicati sul sito di Dipartimento www.dce.unimore.it. Nel caso in cui la verifica metta in evidenza lacune nella preparazione iniziale dello studente, vengono suggerite le modalità per colmarle. In particolare, si suggeriscono percorsi bibliografici specifici alle aree di carenza. Gli eventuali obblighi formativi aggiuntivi vengono recuperati entro il primo anno di corso, secondo le modalità indicate dall'apposita commissione.

QUADRO A4.a



Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

14/03/2018

Il corso di laurea mira a fornire una formazione di carattere sia teorico che pratico sulla Comunicazione. Oltre ad acquisire le necessarie competenze in ambito linguistico e semiotico, lo studente dovrà acquisire le basi sociali, storiche, giuridiche e culturali necessarie a comprendere e analizzare criticamente i vari tipi di linguaggi utilizzati sia nell'ambito della comunicazione sociale e mediatica, sia nell'ambito della comunicazione d'impresa, acquisendo inoltre gli strumenti idonei a progettare le forme di comunicazione più appropriate per i diversi obiettivi e contesti.

Nello specifico, il percorso formativo fornisce nei primi due anni un'ampia base comune in ambito linguistico, semiotico, sociologico e psicologico. Vengono altresì forniti gli strumenti informatici e statistici e l'approfondimento della lingua inglese, a cui si aggiungono le conoscenze relative alla storia e al diritto dell'informazione e della comunicazione. Particolare importanza, fra le finalità del corso, rivestono la progettazione, l'allestimento pratico e la gestione di forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra pubblico e organizzazioni o istituzioni. A questo scopo verranno fornite attività di laboratorio connesse soprattutto con grafica e videocomunicazione. Fra il secondo e il terzo anno lo studente è chiamato a scegliere tra due percorsi: nel primo percorso si approfondiscono in modo peculiare i linguaggi dei media, attraverso lo studio dal punto di vista sociologico e semiotico di cinema, televisione, web, nuove forme di narrazione e di comunicazione, mentre il secondo percorso è dedicato alla comunicazione d'impresa, e affronta lo studio dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna.

**Conoscenza e
capacità di
comprensione**

Il corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende fornire una conoscenza di base articolata attorno a tre principali punti:

- Struttura e meccanismi di costruzione, percezione e diffusione di prodotti comunicativi, anche attraverso i nuovi media (area comunicativa);
- Fondamenti dell'analisi della comunicazione e dei linguaggi (area linguistica);
- Contesto socio-culturale all'interno del quale i processi comunicativi prendono forma e si realizzano (area economico-sociale-psicologica).

Le attività didattiche permettono dunque agli studenti di acquisire complessivamente le conoscenze e le capacità di comprendere le regole di funzionamento del linguaggio, dei comportamenti sociali, dei processi e delle tecnologie comunicative, nonché di leggere le caratteristiche del contesto socio-culturale, dal punto di vista storico, economico, sociale e psicologico entro il quale la comunicazione si cala. Acquisiscono inoltre la conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2.

Nell'area della comunicazione gli studenti acquisiscono la conoscenza del funzionamento dei media, sia sotto il profilo della ideazione e della costruzione dei nuovi "prodotti" che essi diffondono e del nesso con il pubblico dei fruitori, sia sotto il profilo dell'organizzazione e della gestione strategica dell'intero processo comunicativo. In quest'ottica gli studenti acquisiscono anche i concetti fondamentali dell'informatica.

Nell'area linguistica gli studenti acquisiscono le conoscenze di base per comprendere l'universo della comunicazione verbale attraverso l'osservazione diretta di fatti linguistici. Si approfondiscono inoltre i principali aspetti semantici e sintattici delle più significative lingue europee.

Nell'ambito delle discipline sociali, gli studenti apprendono le conoscenze fondamentali necessarie per ancorare i processi comunicativi alle caratteristiche di specifici contesti. Sviluppano conoscenze in prospettiva teorica sulle dinamiche economiche, sociali e psicologiche che sottendono le diverse forme della comunicazione (interpersonale e mediata).

Le attività didattiche con cui questi obiettivi vengono conseguiti consistono in lezioni frontali integrate con esercitazioni e attività seminariali; il conseguimento degli obiettivi è verificato attraverso gli esami e la valutazione delle esercitazioni.

**Capacità di
applicare
conoscenza e
comprensione**

La capacità di applicare le conoscenze è acquisita con strumenti differenti, in coerenza con le specificità disciplinari, i contenuti e gli obiettivi formativi.

Nell'area della comunicazione, le attività didattiche consentono di acquisire le capacità di utilizzare gli strumenti comunicativi più sofisticati legati ai nuovi media, all'editoria multimediale, ma anche di ideare e gestire strumenti efficaci per l'analisi e la realizzazione dei "prodotti della nuova comunicazione".

Nell'area linguistica, gli studenti imparano a progettare e gestire testi, tenendo conto dei linguaggi specifici del target, del mezzo della loro diffusione e delle caratteristiche del contesto socio-culturale.

Nell'area economica, sociale e psicologica gli studenti imparano ad avviare processi di comunicazione attiva, gestione dei dibattiti, confronto e sintesi fra posizioni e opinioni differenti. Imparano inoltre ad utilizzare gli strumenti metodologici per la verifica empirica degli effetti delle strategie comunicative.

Discussioni, simulazioni, esercitazioni in aula e attività di laboratorio, nonché esperienze dirette presso enti esterni mediante le attività di tirocinio sono i principali strumenti utilizzati per acquisire tali capacità e verificarne il conseguimento.

Area Comunicativa**Conoscenza e comprensione**

L'area Comunicativa deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- conoscere i processi di funzionamento delle principali tecnologie comunicative, tradizionali e innovative;
- apprendere quali sono le caratteristiche dei testi prodotti per la diffusione mediante i principali strumenti di comunicazione, in particolare quelli di tipo audiovisivo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Comunicativa deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- organizzare i processi decisionali necessari per l'allestimento e la cura della comunicazione all'interno delle diverse forme organizzative;
- comprendere, progettare e gestire i testi prodotti per la diffusione mediante i principali strumenti di comunicazione, in particolare quelli basati sul linguaggio visivo e dei nuovi media.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Semiotica [url](#)

Tecnologia della comunicazione [url](#)

Sociologia della comunicazione [url](#)

Teorie della narrazione [url](#)

Visual and Media Studies [url](#)

Laboratorio di comunicazione multimediale [url](#)

Digital Humanities [url](#)

Diritto dell'informazione e della comunicazione [url](#)

M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (*modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale*) [url](#)

M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (*modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale*) [url](#)

Marketing e comunicazione [url](#)

Semiotica del cinema e dei media [url](#)

Area Linguistica**Conoscenza e comprensione**

L'area Linguistica deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- conoscere le caratteristiche e le principali regole di funzionamento del linguaggio in generale;
- apprendere i principali aspetti semantici e sintattici delle più significative lingue adottate all'interno dei Paesi europei.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Linguistica deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- applicare le conoscenze apprese sulle caratteristiche e le principali regole di funzionamento del linguaggio in generale nell'utilizzo dei linguaggi scritti e parlati;
- esprimersi e intrattenere conversazioni facendo ricorso alle più importanti lingue adottate all'interno dei Paesi europei.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Introduzione alla linguistica [url](#)

Lingua inglese A [url](#)

Il lingua straniera-francese [url](#)

Il lingua straniera-tedesco [url](#)

Lingua inglese B [url](#)

Analisi linguistica per la comunicazione [url](#)

Area Economico-sociale-psicologica

Conoscenza e comprensione

L'area Economico-sociale-psicologica deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- apprendere le principali caratteristiche dell'ambiente socioculturale dal punto di vista economico, sociologico, psicologico e storico;
- conoscere le principali tecniche di ricerca attraverso le quali le scienze sociali arrivano ai loro risultati.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Economico-sociale-psicologica deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- contestualizzare i processi comunicativi nell'ambiente socioculturale dal punto di vista economico, sociologico, psicologico e storico;
- utilizzare consapevolmente le tecniche di ricerca che vengono abitualmente impiegate dalle scienze sociali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Istituzioni di economia [url](#)

Psicologia generale [url](#)

Psicologia sociale [url](#)

Sociologia generale [url](#)

Analisi dei dati per la ricerca sociale [url](#)

Modelli di business [url](#)

Organizzazione e risorse umane [url](#)

Sociologia dell'innovazione [url](#)

Psicologia delle decisioni [url](#)

Storia del tempo presente [url](#)

QUADRO A4.c

RD

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

I laureati in Scienze della comunicazione devono essere in grado di:

- costruire forme di rilevamento e monitoraggio delle attività comunicative nei diversi ambienti organizzativi;
- leggere e interpretare indici e dati relativi ai diversi aspetti comunicativi, sia sul piano organizzativo, sia su quello più generale della società nel suo complesso;
- interpretare e commentare tali indici e dati non solo in chiave statistica, ma anche linguistica,

<p>Autonomia di giudizio</p>	<p>socio-psicologica e semiotica.</p> <p>La capacità degli studenti di maturare ed esprimere autonomia di giudizio è conseguita attraverso la multidisciplinarietà del corso che consente di affrontare secondo prospettive differenti i fenomeni socio-psicologici rilevanti per la gestione dei processi e delle strategie della comunicazione. Gli studenti acquisiscono tecniche e strumenti di analisi e valutazione dei dati che supportano l'interpretazione critica dei fenomeni studiati. Inoltre, si prevedono eventi quali discussioni e dibattiti con esperti e protagonisti della nuova comunicazione per stimolare e valorizzare la formazione di un'autonoma capacità di giudizio degli studenti.</p> <p>L'autonomia di giudizio è verificata attraverso la valutazione del contributo apportato nei momenti di discussione, nonché attraverso la valutazione delle esercitazioni e della prova finale.</p>
<p>Abilità comunicative</p>	<p>I laureati in Scienze della comunicazione devono essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizzare e adeguare dati e informazioni in modo da facilitarne la diffusione e la comprensione; - allestire forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra organizzazioni o istituzioni e pubblico; - coadiuvare organizzazioni e istituzioni nella comunicazione pubblica; - coadiuvare organizzazioni e istituzioni nella gestione della comunicazione interna (tra uffici, sezioni, divisioni ecc.). <p>Il corso di laurea cerca di fornire gli strumenti logici ed espositivi idonei alla valorizzazione delle conoscenze acquisite e alla maturazione di competenze professionali adeguate ad un laureato di I livello. I singoli insegnamenti curano l'apprendimento della terminologia tecnica di ogni disciplina, anche attraverso discussioni e/o presentazioni sia individuali che di gruppo. Per il superamento della prova finale gli studenti devono produrre un elaborato in cui devono dimostrare adeguate competenze nella comunicazione scritta. Nello svolgimento delle differenti attività formative, gli studenti sono inoltre stimolati all'interazione per migliorare le proprie capacità di analisi e di argomentazione e acquisiscono competenze informatiche idonee all'utilizzo dei più recenti e diffusi strumenti di comunicazione. Inoltre, gli insegnamenti di lingue straniere e l'opportunità di partecipare ai programmi di mobilità con altri Paesi europei perfezionano le abilità comunicative.</p> <p>L'abilità comunicativa in forma scritta è verificata attraverso gli esami scritti e la prova finale, mentre esami orali e attività di discussione in aula servono a verificare le abilità comunicative orali.</p>
<p>Capacità di apprendimento</p>	<p>La formazione dei laureati in Scienze della comunicazione è tale da garantire agli studenti le competenze per l'approfondimento e la valorizzazione delle conoscenze acquisite, che consente loro di accedere ai gradi successivi di formazione sia di tipo professionalizzante, sia di tipo teorico. Essendo quello della comunicazione un settore particolarmente dinamico, del quale non è facile prevedere gli sviluppi a breve o medio termine, la capacità di plasmare le conoscenze e le capacità acquisite è di particolare importanza. Gli insegnamenti proposti conferiscono una dotazione di quadri di riferimento teorici, di metodologie e strumentazioni quali-quantitative funzionali all'approfondimento di tali sviluppi.</p> <p>La capacità di apprendimento maturata è valutata attraverso tutte le attività di rielaborazione dei saperi acquisiti, in modo particolare attraverso le esercitazioni previste da alcuni corsi e la prova finale.</p>

22/01/2016

La prova finale consiste nella redazione e nella discussione di un testo contenente la discussione di un argomento o di un progetto, oppure una relazione sull'esperienza di stage o laboratoriale svolta. Il corso di laurea è infatti progettato per offrire ai laureandi differenti modalità di conclusione del percorso di studi. Essi potranno infatti contribuire, con un progetto di analisi teorica, all'affinamento delle loro conoscenze, utile per l'accesso alle lauree magistrali; riportare e confrontare la loro esperienza di stage con il percorso formativo in conclusione; riportare e argomentare un'attività laboratoriale e quindi professionalizzante indicandone le possibilità di sviluppo progettuale.

10/05/2018

La prova finale consiste nella redazione di un testo contenente la discussione di un argomento o di un progetto, oppure una relazione sull'esperienza di stage o laboratoriale svolta. Gli studenti richiedono alla Commissione tesi di laurea l'approvazione dell'assegnazione dell'argomento della tesi e il nominativo del relatore almeno 2 mesi prima della data della sessione di laurea. L'elaborato di tesi viene discusso dal candidato con il relatore e successivamente consegnato alla commissione giudicatrice. Le commissioni giudicatrici per la prova finale sono nominate dal Direttore del dipartimento e sono composte secondo criteri di adeguata rappresentanza dei settori scientifico disciplinari che caratterizzano il cds, e sono composte da almeno 5 membri. Le modalità e i criteri per la valutazione conclusiva tengono conto dell'intera carriera dello studente all'interno del corso di studio, dei tempi e delle modalità di acquisizione dei CFU, delle attività formative precedenti e dell'elaborato di tesi, nonché di ogni elemento rilevante per la commissione.

Pdf inserito: [visualizza](#)

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento Didattico del Corso di Studio

QUADRO B2.a**Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

<http://www.dce.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/orario-delle-lezioni.html>

QUADRO B2.b**Calendario degli esami di profitto**

<http://www.dce.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/appelli-desame.html>

QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

<http://www.dce.unimore.it/site/home/didattica/organizzazione-didattica/tesi-di-laurea.html>

QUADRO B3**Docenti titolari di insegnamento**

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	L-LIN/01	Anno di corso 1	Introduzione alla linguistica link	IRIMIA MONICA ALEXANDRINA	RD	9	64	
		Anno di	Introduzione alla	GUARDIANO CRISTINA				

2.	L-LIN/01	corso 1	linguistica link	CV	PA	9	8
3.	SECS-P/02	Anno di corso 1	Istituzioni di economia link	PANCOTTO FRANCESCA CV	PA	6	48
4.	L-LIN/12	Anno di corso 1	Lingua inglese A link	ALESSI GLEN MICHAEL CV	RU	6	48
5.	M-PSI/01	Anno di corso 1	Psicologia generale link	IANI CRISTINA CV	PA	9	72
6.	M-PSI/05	Anno di corso 1	Psicologia sociale link	GRAZIANI ANNA RITA CV	RU	9	48
7.	M-PSI/05	Anno di corso 1	Psicologia sociale link	CAVAZZA NICOLETTA CV	PA	9	24
8.	SPS/07	Anno di corso 1	Sociologia generale link	CEVOLINI ALBERTO CV	RU	9	72

QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: AULE

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: LABORATORI

QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: SALE STUDIO

QUADRO B4

Biblioteche

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

05/04/2016

I servizi e le attività di orientamento allo studio universitario sono rivolti a coloro che affrontano per la prima volta un percorso di studi universitario, oppure a coloro che sono già in possesso di un titolo accademico e desiderano intraprendere un nuovo curriculum di studi. L'attività di orientamento in ingresso consiste in un servizio di consulenza orientativa personalizzata e/o su appuntamento per tutti gli studenti interessati ad iscriversi ai corsi di laurea del Dipartimento di Comunicazione ed Economia. In dettaglio, tali attività forniscono una descrizione completa dei principali contenuti degli insegnamenti dei corsi di studio (Coordinatore didattico) ed una valutazione delle eventuali conoscenze iniziali da integrare (docenti referenti delle valutazioni di carriera).

Nel caso di studenti lavoratori l'orientamento in ingresso include anche valutazioni sulla corrispondenza tra il percorso formativo offerto e l'effettivo ambito occupazionale e sulle opportunità di arricchimento delle competenze per finalità lavorative (docenti referenti delle valutazioni di carriera).

Inoltre i corsi di laurea del Dipartimento vengono presentati durante le attività del Progetto Orientamento di Ateneo:

Unimore Orienta

Mi Piace Unimore Incontri in Università - Presentazione dei corsi di studio.

Attre iniziative di orientamento progettate e gestite autonomamente dal Dipartimento di Comunicazione ed Economia sono:

Giornata in facoltà, destinata agli studenti delle classi V degli istituti superiori, in cui viene offerta l'opportunità di partecipare ad incontri con i docenti e il coordinatore didattico e di assistere a due stralci di lezioni.

Saluto alle Matricole, momento di accoglienza e presentazione dei servizi che si svolge durante il primo giorno di lezione (Coordinatore didattico).

Predisposizione di materiale informativo (Guide di Dipartimento).

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Il tutorato è un servizio offerto dall'università, con l'obiettivo di orientare ed assistere gli studenti lungo tutto il percorso degli studi, per renderli attivamente partecipi del processo formativo, rimuovendo gli ostacoli e le difficoltà legate all'inserimento nel mondo universitario.

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia offre due tipologie di attività di tutoraggio.

Studenti Tutor - Servizio SOS Tutor: servizio di orientamento e supporto allo studio realizzato da studenti di laurea magistrale a favore di altri dello stesso corso. Gli studenti possono rivolgersi al Tutor per organizzare e programmare un metodo di studio, chiarire dubbi sulle materie di base, avere un supporto nella preparazione degli esami, avere un tramite il più possibile efficace con i docenti.

E' inoltre prevista la figura del docente tutor che affianca gli studenti fornendo loro un supporto metodologico-didattico utile a superare eventuali difficoltà nello studio (es. a preparare un esame, mettere in relazione i contenuti delle diverse discipline, ecc.).

Per il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione il Delegato per le attività di tutoraggio è il Dott. Alberto Cevolini.

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento (stage) per i propri studenti e per i laureati che abbiano conseguito il titolo da non più di 12 mesi, presso imprese ed istituzioni locali, nazionali ed estere.

Lo scopo è quello di realizzare momenti di alternanza fra studio e lavoro nell'ambito dei processi formativi dei propri studenti e agevolare le scelte professionali dello studente/laureato mediante la conoscenza del mondo del lavoro.

Per gli studenti le attività svolte durante il periodo di tirocinio attribuiscono il riconoscimento di CFU e possono diventare oggetto di tesi di laurea.

Le aziende possono:

- contribuire con il know how e l'esperienza alla formazione degli studenti e dei neolaureati;
- presentare la propria azienda ad un gruppo di giovani laureandi e neo laureati desiderosi di confrontarsi con il mondo del lavoro, organizzando una presentazione in Dipartimento della propria azienda;
- inserire nell'organico dell'azienda un laureando/laureato per un periodo di tempo definito e concordato, durante il quale permettergli di sperimentare "sul campo" le conoscenze accademiche acquisite e valutarlo per una eventuale collaborazione successiva.

Ambiti di inserimento degli studenti/laureati del Dipartimento di Comunicazione ed Economia:

- gestione Ufficio Commerciale, Marketing, Acquisti, Amministrazione, Controllo di Gestione
- gestione Ufficio del Personale (selezione, formazione, valutazione)
- creazione e implementazione sito internet
- gestione della comunicazione esterna
- definizione delle strategie comunicative idonee ai target individuati
- elaborazione strategia di pubbliche relazioni
- interfaccia con agenzie di comunicazione esterne
- gestione della comunicazione interna all'azienda
- gestione intranet e comunicazioni ai dipendenti
- redazione magazine aziendale
- organizzazione eventi
- ufficio Stampa e rapporti con l'esterno

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.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

Il Dipartimento supporta il programma LLP Erasmus+ (Lifelong Learning Programme Erasmus+) che permette agli studenti di trascorrere un periodo di studio presso università europee convenzionate. Il periodo può variare da tre a dodici mesi durante i quali lo studente può sostenere esami presso l'università straniera.

Il Dipartimento assiste gli studenti in tutte le fasi del programma di scambio grazie alla presenza di una Commissione Relazioni Internazionali e di un Ufficio Erasmus di Dipartimento. La commissione è costituita da sei docenti, di cui un Presidente/Coordinatore Erasmus di Dipartimento, e ha il compito di promuovere le relazioni con università straniera, attivandosi per la stipula di nuovi accordi. Inoltre, la Commissione si occupa della selezione degli studenti candidati ai programmi di scambio, e li assiste nella definizione del programma di studio da svolgere all'estero. L'Ufficio Erasmus di Dipartimento è costituito da una unità di personale tecnico amministrativo dedicata che, insieme all'Ufficio Mobilità Studentesca, fornisce agli studenti informazioni sulle opportunità di mobilità internazionale e assistenza in tutte le fasi del programma, seguendo tutte le procedure amministrative sia antecedenti sia successive al periodo di permanenza all'estero. Inoltre, si occupa della procedura di riconoscimento delle attività formative effettuate all'estero.

La Commissione e l'Ufficio Erasmus forniscono supporto e assistenza a studenti, personale amministrativo e docenti stranieri accolti dal Dipartimento nell'ambito dei vari programmi di mobilità internazionale.

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Austria	Fachhochschule St. Polten		21/11/2013	solo italiano
2	Austria	Fh Joanneum Gesellschaft M.B.H.	48339-EPP-1-2014-1-AT-EPPKA3-ECHE	20/02/2014	solo italiano
3	Bulgaria	D. Tsenov Academy of Economics		06/12/2013	solo italiano
4	Bulgaria	New Bulgarian University	85427-EPP-1-2014-1-BG-EPPKA3-ECHE	17/01/2014	solo italiano
5	Bulgaria	University Of National And World Economy	81915-EPP-1-2014-1-BG-EPPKA3-ECHE	26/11/2013	solo italiano
6	Cipro	University Of Nicosia	98524-EPP-1-2014-1-CY-EPPKA3-ECHE	11/11/2013	solo italiano
7	Estonia	Tallinn University	68286-EPP-1-2014-1-EE-EPPKA3-ECHE	15/11/2013	solo italiano
8	Francia	Ecole Superieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA		21/11/2013	solo italiano
9	Francia	Ecole de Commerce Européenne-INSEEC Group		13/03/2014	solo italiano
10	Francia	INSEEC Business School		11/11/2013	solo italiano
11	Francia	Université Paris Descartes		15/05/2017	solo italiano
12	Francia	Université Paris XIII		27/11/2013	solo italiano

13	Germania	Bauhaus Universitat Weimar		10/12/2013	solo italiano
14	Germania	Justus-Liebig Universität Giessen		21/11/2013	solo italiano
15	Germania	Technische Universität Chemnitz		25/11/2013	solo italiano
16	Germania	University of Potsdam		09/12/2013	solo italiano
17	Grecia	Aristotle University of Thessaloniky		23/12/2014	solo italiano
18	Grecia	Athens University of Economics and Business		24/01/2014	solo italiano
19	Islanda	Reykjavik University		12/12/2016	solo italiano
20	Lituania	Kazimieras Simonavicius University		30/07/2014	solo italiano
21	Norvegia	University of Agder (UiA)		20/12/2103	solo italiano
22	Polonia	Panstwowa Wyzsza Szkola Zawodowa Im. Prezydenta Stanislawo Wojciechowskiego W Kaliszu	221350-EPP-1-2014-1-PL-EPPKA3-ECHE	03/09/2014	solo italiano
23	Polonia	Torun School of Banking		08/11/2013	solo italiano
24	Polonia	University of Lodz		28/11/2013	solo italiano
25	Portogallo	IPAM - The Marketing School		29/01/2014	solo italiano
26	Portogallo	Instituto Superior Miguel Torga	227407-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	18/11/2013	solo italiano
27	Portogallo	Instituto Superior de Entre Douro e Vouga		28/11/2013	solo italiano
28	Portogallo	Instituto superior de Gestao		15/11/2013	solo italiano
29	Regno Unito	University of York		18/12/2015	solo italiano
30	Romania	Universitatea		13/11/2013	solo italiano
31	Romania	University of Bucharest		07/12/2017	solo italiano
32	Spagna	Universidad Antonio de Nebrija		03/12/2013	solo italiano

solo

33	Spagna	Universidad CEU San Pablo		12/12/2016	italiano
34	Spagna	Universidad Carlos III		03/12/2013	solo italiano
35	Spagna	Universidad Carlos III		18/11/2013	solo italiano
36	Spagna	Universidad Catolica San Antonio de Murcia		20/12/2013	solo italiano
37	Spagna	Universidad De Alicante	28588-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	09/12/2013	solo italiano
38	Spagna	Universidad De Jaen	29540-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/11/2013	solo italiano
39	Spagna	Universidad De Murcia	29491-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	03/12/2013	solo italiano
40	Spagna	Universidad De Zaragoza	28666-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/01/2014	solo italiano
41	Spagna	Universidad Francisco De Vittoria		14/11/2013	solo italiano
42	Spagna	Universidad de A Coruña		22/01/2014	solo italiano
43	Spagna	Universidad del Pais Vasco		18/12/2013	solo italiano
44	Spagna	Universidad del Pais Vasco		11/11/2013	solo italiano
45	Spagna	Universitat Autònoma de Barcelona		21/11/2013	solo italiano
46	Spagna	Universitat De Barcelona	28570-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	03/12/2013	solo italiano
47	Spagna	Universitat De Girona	28687-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	10/01/2014	solo italiano
48	Spagna	Universitat Politecnica De Catalunya	28604-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	03/12/2013	solo italiano
49	Spagna	Universitat de València		03/02/2014	solo italiano
50	Svizzera	Universitat Luzern		03/12/2013	solo italiano
51	Turchia	Fatih University		26/03/2014	solo italiano
52	Turchia	Firat University		26/03/2014	solo italiano
53	Turchia	Izmir University of Economics		15/11/2013	solo italiano

solo

54	Ungheria	Debreceni Egyetem	50608-EPP-1-2014-1-HU-EPPKA3-ECHE	06/03/2014	italiano
55	Ungheria	Kodolanyi Janos Foiskola	68560-EPP-1-2014-1-HU-EPPKA3-ECHE	23/01/2014	solo italiano

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

L'attività di orientamento e accompagnamento al lavoro viene gestita sia a livello di Ateneo, sia a livello di Dipartimento. In quanto studenti Unimore, i laureandi e laureati del corso di studi possono rivolgersi, per l'accompagnamento al lavoro, all'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement di Ateneo, che attiva diverse strategie mirate alla conoscenza del mercato del lavoro e a favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro. I laureati e laureandi possono usufruire di un servizio di orientamento personalizzato mirato all'inserimento lavorativo e di incontri con imprese, presentazioni aziendali, consultazione delle offerte di lavoro e stage per neolaureati, attivazione di tirocini post-laurea, consulenza per la compilazione del CV, per la preparazione di un colloquio e di una candidatura efficace, tecniche attive di ricerca di lavoro.

L'Ufficio Orientamento allo Studio, Lavoro e Placement fornisce inoltre un contributo significativo anche per enti e imprese interessate ad entrare in contatto con laureati dell'Ateneo, attraverso il servizio di pubblicazione di annunci sulla bacheca telematica ed il servizio di consultazione dei CV dei laureati.

Un ulteriore supporto all'attività di accompagnamento al lavoro è svolto dall'Ufficio Stage del Dipartimento. Sul portale del Dipartimento enti e imprese possono pubblicare annunci di lavoro indirizzati a laureandi e laureati del Dipartimento. Sono inoltre organizzati incontri specifici con importanti realtà aziendali interessate ad incontrare e conoscere laureandi e laureati.

L'Ufficio Stage funge infine da ente di attivazione nel caso di tirocini di formazione e orientamento post-laurea.

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

QUADRO B6

Opinioni studenti

Le valutazioni positive ("Decisamente sì" e "Più sì che no") sono nettamente prevalenti rispetto alle valutazioni negative per tutti gli aspetti valutati, collocandosi attorno all'80-85% delle risposte. Per alcuni aspetti, quali la disponibilità del docente e il rispetto degli orari, i giudizi positivi arrivano a superare il 90%. I dati sono in linea con la media del Dipartimento e con la media dell'Ateneo, e mostrano un andamento costante nel triennio di riferimento. Anche la voce che raccoglie la quota minore di valutazioni positive, quella relativa all'adeguatezza delle aule, raggiunge comunque un 82,9% di giudizi favorevoli, superiore sia alla media del Dipartimento (72,2%), sia alla media di Ateneo (78,5%).

26/09/2017

La soddisfazione complessiva per il corso di laurea in Scienze della Comunicazione espressa dai laureati supera il 90%,^{26/09/2017} attestandosi per i laureati nel 2016 al 90,3% di giudizi positivi ("Decisamente sì" e "Più sì che no"). Particolarmente favorevoli risultano i giudizi sui docenti (94,4% di giudizi positivi), sull'organizzazione degli esami (91,7%), sulle biblioteche (91,6%) e sulle aule (93,3% contro una media della classe di laurea pari al 72,1%) e postazioni informatiche (97,3% contro il 79,1% della classe). Potendo reinscrivere al sistema universitario, sceglierebbe lo stesso corso in altro Ateneo solo il 4,2% dei laureati, a fronte di una media della classe di laurea pari all'11,3%.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56039987.html>



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Nel 2016/17 il trend negativo iniziato nel 2014/15 sembra interrompersi, con 213 nuovi immatricolati di cui 165 prime iscrizioni al sistema universitario (il dato, ricavato dal sito statistiche.unimore.it, non è presente in allegato). 26/09/2017

Aumenta la quota degli immatricolati provenienti da fuori regione, che supera il 27%, mentre rimane sostanzialmente costante la quota di studenti stranieri.

Diminuiscono gli abbandoni e aumenta la quota di studenti che ha conseguito almeno 40 CFU nel corso dell'anno, così come la quota di studenti che si laureano entro un anno dalla durata nominale del corso di studi, anche se questi dati si mantengono peggiori rispetto alle medie nazionale e regionale. Aumenta la quota di CF conseguiti all'estero, ma non la percentuale di studenti che acquisiscono almeno 12 CFU all'estero.

Il numero medio di studenti regolari per docente è ampiamente superiore sia alla media nazionale, sia alla media relativa all'area geografica, denunciando una situazione di sofferenza che caratterizza il Dipartimento.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56039987.html>

QUADRO C2

Efficacia Esterna

Hanno partecipato all'indagine 90 laureati; di questi 50 lavoravano già al momento della laurea. 26/09/2017

La spendibilità del titolo di studio risulta superiore alla media nazionale della classe: al momento della laurea più della metà degli intervistati già lavora, ma anche concentrando l'analisi soltanto su coloro che non lavoravano ancora alla laurea, il 50% di questi trova un lavoro entro un anno (38,2% la media della classe di laurea a livello nazionale), la retribuzione netta mensile è superiore di quasi 200 euro rispetto alla media nazionale, e anche grado di utilizzo delle competenze acquisite e soddisfazione per il lavoro svolto sono superiori alla media dei laureati in classe L-20.

Descrizione link: Pagina Dati CdS

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati/articolo56039987.html>

QUADRO C3

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

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia ha avviato nel 2013, in via sperimentale e per tutti i corsi di laurea, un'indagine relativa alla valutazione finale da parte dell'azienda ospitante del tirocinio svolto dallo studente.

Per il 2015, quarto anno di rilevazione, si dispone dei risultati emersi da 314 questionari di valutazione pervenuti da parte delle aziende che rappresentano l'89,4% dei tirocini curriculari attivati nell'anno 2015.

Di seguito si riportano le principali evidenze con riferimento alla ricognizione delle opinioni di enti o aziende che nel corso dell'anno 2015 hanno ospitato uno studente iscritto ad uno dei corsi di laurea o laurea magistrale del dipartimento.

In termini di tipologia la distribuzione delle aziende è la seguente: le imprese private (agenzie, aziende, studi professionali) rappresentano il 75,8% delle aziende ospitanti il tirocinio, mentre gli enti pubblici (enti locali territoriali, sanità, istruzione) costituiscono il restante 14,65%.

Per quanto riguarda la soddisfazione espressa dalle aziende ospitanti

-il 75,16% delle aziende ha complessivamente valutato come ottima l'esperienza con il tirocinante.

Nello specifico:

- nessuna delle aziende intervistate ha giudicato negativamente il livello culturale e la competenza tecnica, le abilità relazionali e lo spirito di iniziativa degli studenti ospitati nel corso del tirocinio, mentre tutte lo hanno giudicato almeno 'buono' o 'ottimo';
- tutte le aziende hanno giudicato buono o ottimo l'impegno e l'applicazione del tirocinante nello svolgimento del lavoro.
- una sola azienda ha valutato negativamente il grado di autonomia e puntualità dello studente inserito.
- tutte le aziende si sono espresse in modo positivo (buono o ottimo) circa l'utilità del tirocinio per l'azienda stessa.
- il 90,4% delle aziende intervistate giudica complessivamente buono o ottimo il servizio ricevuto dall'ufficio tirocini del Dipartimento;
- il 85,7% delle aziende intervistate ritiene che la durata del tirocinio sia 'buona' o 'ottima' per il conseguimento degli obiettivi di progetto;
- In 79 casi, alla conclusione del tirocinio, l'azienda ha offerto agli studenti una proposta di prosecuzione del rapporto, in 6 casi si tratta di una proposta di contratto a tempo indeterminato.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

05/05/2015

Link inserito: <http://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/il-pqa/struttura-organizzativa-aq.html>

QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

16/04/2018

L'Assicurazione Qualità (AQ) del Corso di studi è responsabilità del Presidente del corso medesimo affiancato da un Gruppo di Gestione che lo supporta nella preparazione della documentazione necessaria per delineare gli indirizzi e gli orientamenti per la qualità del CdS e che coincide con il Gruppo di Riesame.

Il Gruppo di gestione per l'Assicurazione Qualità del CdS (Gruppo di Gestione AQ) è composto da:

- Responsabile del Riesame: Prof.ssa Maria Cristiana Martini (Presidente del Consiglio di Interclasse)

- Rappresentante degli studenti: Yuliana Isabel Molina Palacio

(designata portavoce degli studenti in assenza di una rappresentanza studentesca formalmente eletta durante le ultime elezioni)

- Componenti:

Cinzia Bianchi

Cristina Iani

Daniela Regnoli (personale amministrativo di area didattica)

Tutte le attività relative all'AQ vengono monitorate a livello di Consiglio di Dipartimento e fanno riferimento al Responsabile Qualità del Dipartimento (Anna Chiara Scapolan) per quanto concerne i rapporti con il Presidio di Qualità dell'Ateneo.

La finalità principale di una politica per l'AQ della formazione è la messa a punto di un impianto metodologico e di un assetto organizzativo, in confronto e collaborazione con l'Ateneo, che consenta di attivare un processo di miglioramento continuo anche attraverso veri e propri esercizi critici rivolti a quanto svolto in passato.

E' responsabilità e compito del Presidente del CdS redigere la Scheda SUA-CdS e il Rapporto Annuale di Riesame (RAR) e, ad intervalli pluriennali in funzione della durata del CdS, il Rapporto Ciclico di Riesame (RCR), nonché effettuare un monitoraggio dell'avanzamento delle azioni di miglioramento proposte.

Il Presidente del CdS si avvale inoltre di consultazioni periodiche con il Consiglio del CdS e si impegna a tenerlo informato sull'attività del Gruppo di Gestione AQ allo scopo di condividere le scelte programmatiche e di gestione più importanti.

La tempistica di realizzazione dei processi di gestione necessari per l'attivazione, il funzionamento ed il monitoraggio del CdS segue le necessarie scadenze temporali previste dalla normativa ministeriale in vigore. In dettaglio le principali scadenze, per ogni a.a., si possono così riassumere:

- Scheda SUA-CdS

o Marzo-Aprile: definizione offerta formativa del CdS

o Maggio: compilazione della 1° Parte della Sua-CdS

o Settembre: compilazione della 2° Parte della Sua-CdS

- RAR e RCR

o Ottobre-Novembre: stesura bozza documenti (individuazione degli effetti delle azioni correttive intraprese e dei punti di forza e

delle aree da migliorare)
o Gennaio: stesura e invio documenti definitivi

QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

10/05/2018

Il riesame previsto per il 2018 del corso di laurea in Scienze della Comunicazione avrà luogo in via generale secondo il seguente iter.

Nell'autunno 2017 è stato predisposto dal gruppo AQ il Rapporto Ciclico di Riesame, che è stato sottoposto ad approvazione del Consiglio di Interclasse e del Consiglio di Dipartimento a ottobre 2017.

Nel dicembre 2017 la Commissione Paritetica Docenti-Studenti ha redatto la relazione annuale.

Entro la fine di maggio 2018 viene discussa e commentata la Relazione Annuale della Commissione Paritetica Docenti-Studenti 2017; le osservazioni raccolte vengono approvate dal Consiglio di Corso di Studi e inviate alla Commissione Paritetica Docenti-Studenti, al presidio Qualità dell'Ateneo e al Nucleo di valutazione.

Entro la fine di settembre 2018 vengono discussi e commentati gli esiti della rilevazione delle opinioni degli studenti per l'A.A. 2017/18, e vengono monitorate le azioni correttive previste dal rapporto Ciclico di Riesame.

QUADRO D4

Riesame annuale

11/05/2015

QUADRO D5

Progettazione del CdS

QUADRO D6

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



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA
Nome del corso in italiano RD	Scienze della comunicazione
Nome del corso in inglese RD	Communication Science
Classe RD	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	http://www.dce.unimore.it/site/home/didattica/lauree/scienze-della-comunicazione.html
Tasse	http://www.unimore.it/ammissione/tasse.html
Modalità di svolgimento RD	a. Corso di studio convenzionale

Corsi interateneo

RD

Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studio, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; e dev'essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto (anche attraverso la predisposizione di una doppia pergamena - doppio titolo).

Un corso interateneo può coinvolgere solo atenei italiani, oppure atenei italiani e atenei stranieri. In questo ultimo caso il corso di studi risulta essere internazionale ai sensi del DM 1059/13.

Corsi di studio erogati integralmente da un Ateneo italiano, anche in presenza di convenzioni con uno o più Atenei stranieri che, disciplinando essenzialmente programmi di mobilità internazionale degli studenti (generalmente in regime di scambio), prevedono il rilascio agli studenti interessati anche di un titolo di studio rilasciato da Atenei stranieri, non sono corsi interateneo. In questo

caso le relative convenzioni non devono essere inserite qui ma nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5 della scheda SUA-CdS.

Per i corsi interateneo, in questo campo devono essere indicati quali sono gli Atenei coinvolti, ed essere inserita la convenzione che regola, fra le altre cose, la suddivisione delle attività formative del corso fra di essi.

Qualsiasi intervento su questo campo si configura come modifica di ordinamento. In caso nella scheda SUA-CdS dell'A.A. 14-15 siano state inserite in questo campo delle convenzioni non relative a corsi interateneo, tali convenzioni devono essere spostate nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5. In caso non venga effettuata alcuna altra modifica all'ordinamento, è sufficiente indicare nel campo "Comunicazioni dell'Ateneo al CUN" l'informazione che questo spostamento è l'unica modifica di ordinamento effettuata quest'anno per assicurare l'approvazione automatica dell'ordinamento da parte del CUN.

Non sono presenti atenei in convenzione

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MARTINI Maria Cristiana
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Interclasse
Struttura didattica di riferimento	Comunicazione ed economia

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD	Incarico didattico
1.	CAVAZZA	Nicoletta	M-PSI/05	PA	1	Caratterizzante	1. Psicologia sociale
2.	ESPOSITO	Elena	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante	1. Sociologia della comunicazione
3.	GRAZIANI	Anna Rita	M-PSI/05	RU	1	Caratterizzante	1. Psicologia sociale
4.	GUARDIANO	Cristina	L-LIN/01	PA	1	Base	1. Introduzione alla linguistica
5.	IANI	Cristina	M-PSI/01	PA	1	Caratterizzante	1. Psicologia generale
6.	IRIMIA	Monica Alexandrina	L-LIN/01	RD	1	Base	1. Introduzione alla linguistica
7.	MONTANARI	Federico	SPS/08	RD	1	Base/Caratterizzante	1. Comunicazione visiva
8.	ALESSI	Glen Michael	L-LIN/12	RU	1	Base	1. Lingua inglese A
9.	PANCOTTO	Francesca	SECS-P/02	PA	1	Caratterizzante	1. Istituzioni di economia

requisito di docenza (numero e tipologia) verificato con successo!

requisito di docenza (incarico didattico) verificato con successo!

Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
Ghidoni	Leonardo	247004@studenti.unimore.it	
Corni	Francesca	220083@studenti.unimore.it	
Davoli	Nicol	241511@studenti.unimore.it	
Buffagni	Nicola	228593@studenti.unimore.it	
Govi	Grancesco	226037@studenti.unimore.it	
Frazzica	Valentino	228926@studenti.unimore.it	
Guida	Lucia	246908@studenti.unimore.it	
Poppi	Federico	242594@studenti.unimore.it	

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BIANCHI	CINZIA
IANI	CRISTINA
MARTINI	MARIA CRISTIANA
MOLINA PALACIO	YULIANA ISABEL
REGNOLI	DANIELA

Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
GRAZIANI	Anna Rita		
CEVOLINI	Alberto		
ESPOSITO	Elena		
IANI	Cristina		
CAVAZZA	Nicoletta		

Programmazione degli accessi

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

Sedi del Corso

[DM 987 12/12/2016](#) Allegato A - requisiti di docenza

Sede del corso:allegri 9 42100 - REGGIO EMILIA	
Data di inizio dell'attività didattica	12/09/2018
Studenti previsti	250

Eventuali Curriculum

Linguaggi dei media	3-205-1
Comunicazione d'impresa	3-205-2



Altre Informazioni

R^{AD}

Codice interno all'ateneo del corso	3-205^2016^PDS0-2016^246
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Numero del gruppo di affinità	1

Date delibere di riferimento

R^{AD}

Data di approvazione della struttura didattica	16/03/2018
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	23/03/2018
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	15/11/2007 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

La denominazione del Corso è perfettamente chiara e comprensibile agli studenti.

La trasformazione ha privilegiato l'introduzione di specifiche attività professionalizzanti, anche su indicazione del Comitato di Indirizzo. Il Corso è offerto, con lo stesso ordinamento didattico, anche in modalità FAD.

Gli obiettivi formativi specifici sono dettagliati. Le modalità e gli strumenti didattici e di verifica sono indicati con sufficiente dettaglio per le due modalità di fruizione.

Gli sbocchi professionali sono indicati con sufficiente dettaglio.

La verifica delle conoscenze per l'accesso prevede un test o un colloquio e le eventuali azioni di recupero.

La scelta delle attività formative di base e caratterizzanti è coerente con gli obiettivi formativi, come pure per quelle affini ed integrative. Complessivamente, le attività formative coprono un campo molto vasto, giustificato dalla molteplicità degli sbocchi professionali. Alla prova finale e alla conoscenza di almeno una lingua straniera è destinata una quantità di crediti coerente con il livello del corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto e monitorata dal Nucleo di Valutazione.

Il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione ha registrato, negli ultimi due anni, un trend di iscrizioni in crescita; il tasso di abbandono degli studenti è di circa l'11%.

Il livello di soddisfazione degli studenti monitorato tramite il questionario di valutazione della didattica risulta buono.

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro la scadenza del 9 marzo 2018 **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

[Linee guida ANVUR](#)

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

La denominazione del Corso è perfettamente chiara e comprensibile agli studenti.

La trasformazione ha privilegiato l'introduzione di specifiche attività professionalizzanti, anche su indicazione del Comitato di Indirizzo. Il Corso è offerto, con lo stesso ordinamento didattico, anche in modalità FAD.

Gli obiettivi formativi specifici sono dettagliati. Le modalità e gli strumenti didattici e di verifica sono indicati con sufficiente dettaglio per le due modalità di fruizione.

Gli sbocchi professionali sono indicati con sufficiente dettaglio.

La verifica delle conoscenze per l'accesso prevede un test o un colloquio e le eventuali azioni di recupero.

La scelta delle attività formative di base e caratterizzanti è coerente con gli obiettivi formativi, come pure per quelle affini ed integrative. Complessivamente, le attività formative coprono un campo molto vasto, giustificato dalla molteplicità degli sbocchi professionali. Alla prova finale e alla conoscenza di almeno una lingua straniera è destinata una quantità di crediti coerente con il livello del corso. La progettazione è stata eseguita in modo corretto e monitorata dal Nucleo di Valutazione.

Il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione ha registrato, negli ultimi due anni, un trend di iscrizioni in crescita; il tasso di abbandono degli studenti è di circa l'11%.

Il livello di soddisfazione degli studenti monitorato tramite il questionario di valutazione della didattica risulta buono.

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

RAD

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2016	171800541	Analisi critica del cinema <i>semestrale</i>	L-ART/06	Nicola Maria DUSI <i>Ricercatore confermato</i> Docente di riferimento	L-ART/06	48
2	2017	171801601	Comunicazione visiva <i>semestrale</i>	SPS/08	Federico MONTANARI <i>Ricercatore a t.d. (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> Docente di riferimento	SPS/08	48
3	2017	171801610	II lingua straniera-francese <i>semestrale</i>	L-LIN/04	Glen Michael ALESSI <i>Ricercatore confermato</i> Docente di riferimento	L-LIN/12	24
4	2017	171801611	II lingua straniera-tedesco <i>semestrale</i>	L-LIN/14	Glen Michael ALESSI <i>Ricercatore confermato</i> Docente di riferimento	L-LIN/12	24
5	2017	171803474	Information literacy <i>semestrale</i>	M-STO/08	Matteo RINALDINI <i>Ricercatore a t.d. (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> Docente di riferimento	SPS/09	16
6	2018	171803475	Introduzione alla linguistica <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Cristina GUARDIANO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> Docente di riferimento	L-LIN/01	8
7	2018	171803475	Introduzione alla linguistica <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Monica Alexandrina IRIMIA <i>Ricercatore a t.d. (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	L-LIN/01	64

8	2018	171803476	Istituzioni di economia <i>semestrale</i>	SECS-P/02	Docente di riferimento Francesca PANCOTTO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/02	48
9	2017	171803477	Laboratorio di cittadinanza attiva <i>semestrale</i>	SPS/04	Fittizio DOCENTE		16
10	2018	171803478	Lingua inglese A <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Docente di riferimento Glen Michael ALESSI <i>Ricercatore confermato</i>	L-LIN/12	48
11	2017	171801617	Lingua inglese B <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Fittizio DOCENTE		48
12	2016	171800545	M1-Introduzione alla statistica e ai metodi di ricerca sociale (modulo di Introduzione alla statistica e ai metodi di ricerca sociale) <i>semestrale</i>	SPS/08	Fittizio DOCENTE		48
13	2016	171800546	M1-Laboratorio di grafica e videocomunicazione (modulo di Laboratorio di grafica e videocomunicazione) <i>semestrale</i>	ICAR/13	Marco FURINI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	INF/01	48
14	2016	171800547	M2-Introduzione alla statistica e ai metodi di ricerca sociale (modulo di Introduzione alla statistica e ai metodi di ricerca sociale) <i>semestrale</i>	SECS-S/01	Fittizio DOCENTE		48
15	2016	171800548	M2-Laboratorio di grafica e videocomunicazione (modulo di Laboratorio di grafica e videocomunicazione) <i>semestrale</i>	ING-INF/03	Fittizio DOCENTE		48
16	2017	171801623	Psicologia della comunicazione <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Fittizio DOCENTE		48
17	2018	171803479	Psicologia generale <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Docente di riferimento Cristina IANI <i>Professore</i>	M-PSI/01	72

18	2018	171803480	Psicologia sociale <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Associato confermato Docente di riferimento Nicoletta CAVAZZA Professore Associato confermato	M-PSI/05	24	
19	2018	171803480	Psicologia sociale <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Docente di riferimento Anna Rita GRAZIANI Ricercatore confermato	M-PSI/05	48	
20	2017	171801628	Semiotica <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Fittizio DOCENTE		72	
21	2016	171800551	Semiotica dei media <i>semestrale</i>	L-ART/06	Docente di riferimento Federico MONTANARI Ricercatore a t.d. (art. 24 c.3-b L. 240/10)	SPS/08	48	
22	2017	171802297	Semiotica del testo <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	Cinzia BIANCHI Ricercatore confermato	M-FIL/05	72	
23	2017	171801631	Sociologia della comunicazione <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Elena ESPOSITO Professore Associato confermato	SPS/08	48	
24	2018	171803482	Sociologia generale <i>semestrale</i>	SPS/07	Alberto CEVOLINI Ricercatore confermato	SPS/08	72	
25	2016	171800552	Storia contemporanea <i>semestrale</i>	M-STO/04	Fittizio DOCENTE		72	
							ore totali	1160

Curriculum: Linguaggi dei media

Attività di base	settore	CFU	CFU	CFU
		Ins	Off	Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese <i>Lingua inglese A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <i>Lingua inglese B (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica <i>Introduzione alla linguistica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>Analisi linguistica per la comunicazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	36	36	27 - 36
	INF/01 Informatica <i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>Visual and Media Studies (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	12 - 18
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale <i>Sociologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			54	39 - 54
Attività caratterizzanti	settore	CFU	CFU	CFU
		Ins	Off	Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SECS-S/05 Statistica sociale <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>Teorie della narrazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	39	39	27 - 39

	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione <i>Digital Humanities (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <i>Semiotica del cinema e dei media (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>Sociologia della comunicazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/02 Politica economica <i>Istituzioni di economia (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	30	30	30 - 42
	M-PSI/05 Psicologia sociale <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-PSI/01 Psicologia generale <i>Psicologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	M-STO/04 Storia contemporanea <i>Storia del tempo presente (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)

Totale attività caratterizzanti			78	63 - 93
--	--	--	----	------------

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
------------------------	----------------	--------------------	--------------------	--------------------

	ICAR/13 Disegno industriale <i>M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica <i>M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min 18
	IUS/20 Filosofia del diritto <i>Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			

Totale attività Affini			18	18 - 24
-------------------------------	--	--	----	------------

Altre attività			CFU	CFU Rad
-----------------------	--	--	------------	--------------------

A scelta dello studente			12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale Per la conoscenza di almeno una lingua straniera		6 3	6 - 6 3 - 3

	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c 9		
	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento	9	9 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d 9		
	Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-
Totale Altre Attività		30	30 - 30
CFU totali per il conseguimento del titolo	180		
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Linguaggi dei media</i>: 180	150 - 201		

Curriculum: Comunicazione d'impresa

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	<i>Lingua inglese A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	<i>Lingua inglese B (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/01 Glottologia e linguistica	36	36	27 - 36
	<i>Introduzione alla linguistica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	<i>Analisi linguistica per la comunicazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	INF/01 Informatica			
	<i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	18	18	12 - 18
	<i>Sociologia dell'innovazione (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/07 Sociologia generale			
	<i>Sociologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)			
Totale attività di Base			54	39 - 54
		CFU	CFU	CFU

Attività caratterizzanti	settore	Ins	Off	Rad
	SECS-S/05 Statistica sociale <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>Marketing e comunicazione (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	27	27	27 - 39
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale <i>Organizzazione e risorse umane (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/07 Economia aziendale <i>Modelli di business (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/02 Politica economica <i>Istituzioni di economia (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	42	42	30 - 42
	M-PSI/05 Psicologia sociale <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-PSI/01 Psicologia generale <i>Psicologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> <i>Psicologia delle decisioni (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	M-STO/04 Storia contemporanea <i>Storia del tempo presente (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	9	9	6 - 12

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)

Totale attività caratterizzanti			78	63 - 93
--	--	--	----	---------

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	ICAR/13 Disegno industriale <i>M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica <i>M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min 18
	IUS/20 Filosofia del diritto <i>Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			

Totale attività Affini		18	18 - 24
Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3 - 3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		9	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	9 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		9	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		30	30 - 30
CFU totali per il conseguimento del titolo	180		
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Comunicazione d'impresa</i>:	180	150 - 201	



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori

Attività di base R²D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica L-LIN/01 Glottologia e linguistica L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	27	36	-
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	12	18	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:		-		
Totale Attività di Base		39 - 54		

Attività caratterizzanti R²D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/05 Statistica sociale	27	39	-

	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
Scienze umane ed economico-sociali	M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale SECS-P/02 Politica economica SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/05 Statistica sociale SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	30	42	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/01 Diritto privato IUS/10 Diritto amministrativo M-STO/04 Storia contemporanea	6	12	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		
Totale Attività Caratterizzanti			63 - 93	

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	ICAR/13 - Disegno industriale INF/01 - Informatica IUS/20 - Filosofia del diritto L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate	18	24	18
Totale Attività Affini			18 - 24	

Altre attività

	CFU	CFU
--	-----	-----

ambito disciplinare		min	max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		9	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		9	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		30 - 30	

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo

180

Range CFU totali del corso

150 - 201

Comunicazioni dell'ateneo al CUN



La proposta di modifica, approvata nel corso degli incontri con il comitato di indirizzo, consiste in una maggiore articolazione dell'offerta formativa al fine di ampliare le possibili applicazioni delle scienze della comunicazione ad ambiti quali i linguaggi dei media e la comunicazione d'impresa.

Allo scopo di prevedere insegnamenti caratterizzanti delle diverse discipline di interesse, è stato modificato l'intervallo relativo agli

insegnamenti caratterizzanti di ambito "Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione", che passa da 33-39 a 27-39. Per la stessa ragione, sono stati aggiunti alcuni insegnamenti legati alle discipline economiche e d'impresa.

Parallelamente l'intervallo relativo alle attività affini passa da 21-33 a 18-24, anche in considerazione del fatto che i settori scientifico-disciplinari previsti nella classe di laurea L-20 coprono una gamma estremamente ampia di discipline.

Note relative alle attività di base

R^{AD}

Note relative alle altre attività

R^{AD}

Il percorso formativo prevede due insegnamenti della lingua inglese, uno di base ed uno avanzato, inseriti nelle attività di base dell'ordinamento. L'introduzione di tali insegnamenti, con le relative prove di profitto, permette di progettare modalità didattiche idonee all'apprendimento e al mantenimento delle competenze acquisite nel tempo. La conoscenza di una ulteriore lingua straniera è invece inserita fra le altre attività.

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

R^{AD}

Il settore IUS/20, che contiene fra le sue discipline l'informatica giuridica, è stato inserito nell'offerta per proporre allo studente un approfondimento sui temi del diritto dell'informazione, della tutela della privacy, del trattamento dei dati personali, ambiti ineludibili per chi intenda occuparsi di comunicazione, mentre il settore ICAR/13 è pensato per sviluppare le capacità applicative nella comunicazione multimediale.

L'indicazione del settore INF/01 come attività affine va ricercata nella peculiarità dell'insegnamento, che consiste in un'attività laboratoriale in cui l'informatica viene declinata sulle necessità della realizzazione di prodotti di comunicazione multimediale.

Note relative alle attività caratterizzanti

R^{AD}

I crediti selezionati per le attività caratterizzanti sono finalizzati ad implementare un percorso formativo che completa le conoscenze di base con lo studio della psicologia, della sociologia, della storia e della metodologia della ricerca sociale. L'intento è inoltre quello di offrire agli studenti la possibilità di intraprendere percorsi formativi più specifici, attraverso la scelta di completare la formazione di base con l'approfondimento di contenuti che spaziano dalla semiotica alla sociologia dei media, dalla

comunicazione d'impresa al marketing. L'estensione degli intervalli offre quindi agli studenti l'opportunità di scegliere di declinare lo studio delle scienze della comunicazione in ambiti complementari.