



Informazioni generali sul Corso di Studi

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA |
| Nome del corso in italiano | Scienze della comunicazione (<i>IdSua:1601568</i>) |
| Nome del corso in inglese | Communication Science |
| Classe | L-20 - Scienze della comunicazione |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-general/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazione-sco |
| Tasse | https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse |
| Modalità di svolgimento | a. Corso di studio convenzionale |



Referenti e Strutture

| | |
|--|--|
| Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS | BIANCHI Cinzia |
| Organo Collegiale di gestione del corso di studio | Consiglio di Corso di Studio |
| Struttura didattica di riferimento | Comunicazione ed economia (Dipartimento Legge 240) |

Docenti di Riferimento

| N. | COGNOME | NOME | SETTORE | QUALIFICA | PESO | TIPO SSD |
|----|-----------|--------|---------|-----------|------|----------|
| 1. | BAGNI | Marco | | ID | 1 | |
| 2. | BIANCHI | Cinzia | | PA | 1 | |
| 3. | CACCHIANI | Silvia | | PA | 1 | |

| | | | | |
|----|------------|--------------|----|---|
| 4. | CODELUPPI | Vanni | PO | 1 |
| 5. | DUSI | Nicola Maria | PA | 1 |
| 6. | MONTANARI | Federico | PA | 1 |
| 7. | MONTANGERO | Manuela | PA | 1 |
| 8. | PANARARI | Massimiliano | PA | 1 |
| 9. | TAGLIANI | Giacomo | PA | 1 |

Rappresentanti Studenti

COSTI Elisa
 VIDONI Sveva Camilla
 BERNAGOZZI Andrea
 BAYERE Souriatou
 ANDREANO Celestina
 DI GIOIA Imma
 GURRADO Angelo Raffaele

Gruppo di gestione AQ

CINZIA BIANCHI
 SILVIA CACCHIANI
 ALICE DALL'AGLIO
 ANNA RITA GRAZIANI
 CRISTINA GUARDIANO
 FEDERICO MONTANARI
 DANIELA REGNOLI

Tutor

Margherita GUIDETTI
 Cristina GUARDIANO
 Monica Alexandrina IRIMIA
 Damiano RAZZOLI
 Nicola Maria DUSI
 Silvia CACCHIANI



Il Corso di Studio in breve

23/05/2024

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 alla comunicazione multimediale. 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.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-generalis/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazione-sco>



QUADRO A1.a

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)

23/05/2024

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 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.

In una riunione del 2015, si 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 Corso di Studio, 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 (ordinamento del 2018).

Durante il 2019, nel Comitato di Indirizzo di Digital Marketing, è stata controllata l'articolazione di tutta l'Offerta formativa del dipartimento di Comunicazione ed Economia, ravvisando nella proposta di Scienze della Comunicazione una componente di complementarità ed arricchimento rispetto ai corsi di laurea di Digital Marketing, attivato per la prima volta nell'a.a. 2019/20.

Nel 2020, un Comitato d'Indirizzo rinnovato nella composizione ha ripercorso l'evoluzione dell'offerta formativa degli ultimi anni e ha espresso un generale apprezzamento in termini di efficacia formativa e di possibilità di scelta degli studenti riguardo all'introduzione dei due curricula del CdS (Linguaggi dei Media e Comunicazione d'Impresa).

Nelle riunioni del 2021, 2022 e 2023, il Comitato d'Indirizzo ha monitorato i contenuti dei principali insegnamenti del corso di studio, la loro coerenza con il profilo professionale in uscita e le possibilità di accedere al secondo livello di formazione universitaria. Il Comitato d'Indirizzo ha condiviso la struttura dell'offerta formativa e la sua coerenza, ed ha invitato a proseguire nell'inserimento di competenze professionalizzanti nei singoli insegnamenti. Nella riunione del 2023 viene segnalato un andamento ancora deludente di alcuni indicatori di performance del corso di studio, relativi in particolare alla regolarità di carriera degli studenti, sebbene siano ravvisabili alcuni miglioramenti che richiedono però di essere confermati nei prossimi anni. Rimangono invece generalmente soddisfacenti le performance occupazionali.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio> (Verbali degli incontri con il Comitato d'Indirizzo del Dipartimento di Comunicazione ed Economia)



QUADRO A2.a

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



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



21/01/2016

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.



20/06/2024

Il numero degli studenti ammessi al Corso di laurea in Scienze della Comunicazione è fissato annualmente, in base alla eventuale scelta di programmazione locale e ai vincoli imposti dalla normativa sull'accREDITAMENTO delle sedi e dei corsi di studio.

Per l'anno accademico 2024-25 l'immatricolazione e l'iscrizione al corso di studi non prevedono scelte di programmazione locale e pertanto il numero di studenti ammessi è libero, nel rispetto dei requisiti previsti dai criteri di ammissione.

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. Al momento dell'accesso, sono richieste sufficienti conoscenze e competenze della lingua italiana, della vita pubblica e istituzionale recente, oltre ad adeguate capacità di ragionamento logico e comprensione del testo, che sono verificate attraverso sessioni di prove scritte o test in laboratorio, successive all'iscrizione al corso di studi.

Le verifiche sono effettuate attraverso appelli che si tengono da settembre a gennaio, con test a risposta multipla le cui domande vertono su temi di cultura generale, di lingua italiana e comprensione del testo.

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.

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-generalis/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazione-sco>

 **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.

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

| | | |
|--|---|--|
| Conoscenza e capacità di comprensione | <p>Il corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende fornire una conoscenza di base articolata attorno a tre principali punti:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 acquisire:

- conoscenze teoriche di base per comprendere la comunicazione dal punto di vista sociologico, semiotico e psicologico;
- conoscenze di base dell'architettura dell'informazione e dei processi di funzionamento delle principali tecniche comunicative, tradizionali e innovative;
- conoscenze del linguaggio dei media e delle nuove forme di narrazione, di comunicazione visiva e audiovisiva.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

- analizzare i fenomeni comunicativi dal punto di vista sociologico, semiotico e psicologico;
- comprendere, progettare e gestire i prodotti informativi e comunicativi, con particolare attenzione ai prodotti innovativi e multimediali (pagine web, reti digitali, game design ecc.);
- comprendere, ideare e analizzare i testi medial e le nuove forme di narrazione, con particolare attenzione ai testi visivi ed audiovisivi.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Digital Humanities [url](#)

Laboratorio di comunicazione multimediale [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](#)

Psicologia generale [url](#)

Semiotica [url](#)

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

Sociologia della comunicazione [url](#)

Tecnologia della comunicazione [url](#)

Teorie della narritività [url](#)

Visual and Media Studies [url](#)

Area Linguistica

Conoscenza e comprensione

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

- conoscenze di base delle caratteristiche e delle principali regole di funzionamento del linguaggio umano;
- conoscenze delle caratteristiche e delle regole di funzionamento della lingua italiana, scritta e orale;
- conoscenze dei principali aspetti morfo-sintattici e lessico-semantici 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 relativamente al funzionamento del linguaggio umano tramite l'analisi di casi concreti;
- applicare le conoscenze apprese relativamente al funzionamento della lingua italiana, redigendo testi scritti e preparando esposizioni orali;
- redigere elaborati scritti, esprimersi e intrattenere conversazioni nelle 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](#)

Analisi linguistica per la comunicazione [url](#)

Il lingua straniera-francese [url](#)

Il lingua straniera-tedesco [url](#)

Introduzione alla linguistica [url](#)

Lingua inglese A [url](#)

Lingua inglese B [url](#)

Area Economico-sociale-psicologica

Conoscenza e comprensione

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

- conoscenze delle principali caratteristiche del contesto socioculturale dal punto di vista economico, sociologico e psicologico;
- conoscenze teoriche di base per comprendere la comunicazione dal punto di vista organizzativo e della gestione strategica;
- conoscenze di base di strumenti e tecniche di ricerca per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni economici, sociali e culturali;
- conoscenze dell'attuale contesto storico e giuridico in cui si realizzano i fenomeni della comunicazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

- contestualizzare i processi comunicativi e socioculturale dal punto di vista economico, sociologico e psicologico;
- identificare i principali processi comunicativi e applicare le conoscenze acquisite all'allestimento e alla cura della comunicazione all'interno di diverse forme organizzative;
- utilizzare consapevolmente strumenti e tecniche di ricerca che vengono abitualmente impiegate dalle scienze sociali per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni economici, sociali e culturali;
- analizzare i principali processi comunicativi nel contesto dei fenomeni storici contemporanei e nella cornice giuridica in cui si collocano.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

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

Istituzioni di economia [url](#)

Marketing e comunicazione [url](#)

Modelli di business [url](#)

Organizzazione e risorse umane [url](#)

Psicologia delle decisioni [url](#)

Psicologia sociale [url](#)

Sociologia [url](#)

Sociologia dell'innovazione [url](#)

Storia del tempo presente [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

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, socio-psicologica e semiotica.

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.

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.

Abilità comunicative

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

- 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.).

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.

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>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> | |
|---|--|--|

Nel corso di 'Scienze della comunicazione' le attività affini e integrative includono insegnamenti di diritto e di comunicazione multimediale. L'insegnamento di diritto ha lo scopo di fornire le conoscenze giuridiche principali sul sistema dell'informazione e sul contesto in cui si realizzano i fenomeni comunicativi. Il laboratorio di comunicazione multimediale ha invece lo scopo di completare la conoscenza degli strumenti comunicativi facendo acquisire agli studenti competenze pratiche nella realizzazione di prodotti multimediali.



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.



11/04/2024

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 due 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 da almeno cinque membri scelti secondo criteri di adeguata rappresentanza dei settori scientifico disciplinari che caratterizzano il CdS. Le modalità e i criteri per la valutazione conclusiva tengono conto dell'intera carriera dello studente, 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 (cfr. Regolamento punteggi di laurea nel pdf allegato).

Pdf inserito: [visualizza](#)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Link: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-generalis/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazione-sco>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.dce.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/orario-delle-lezioni>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.dce.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/appelli-desame>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.dce.unimore.it/it/didattica/organizzazione-didattica/tesi-di-laurea>

▶ 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 CV | PA | 9 | 72 | |
| 2. | L- LIN/12 | Anno di | Lingua inglese A link | BAGNI MARCO CV | ID | 6 | 48 |  |

| | | | | | | | | | |
|-----|---------------|--------------------------|--|---|----|---|----|---|--|
| | | corso 1 | | | | | | | |
| 3. | M- PSI/01 | Anno di corso 1 | Psicologia generale link | CIARDO FRANCESCA MARIA CV | | 9 | 24 | | |
| 4. | M- PSI/01 | Anno di corso 1 | Psicologia generale link | FERRARINI ANNALISA CV | | 9 | 48 | | |
| 5. | M- PSI/05 | Anno di corso 1 | Psicologia sociale link | GRAZIANI ANNA RITA CV | PA | 9 | 72 | | |
| 6. | M- FIL/05 | Anno di corso 1 | Semiotica link | BIANCHI CINZIA CV | PA | 9 | 72 |  | |
| 7. | SPS/08 | Anno di corso 1 | Sociologia link | CODELUPPI VANNI CV | PO | 9 | 72 |  | |
| 8. | SECS- S/05 | Anno di corso 2 | Analisi dei dati per la ricerca sociale link | | | 9 | | | |
| 9. | L- LIN/01 | Anno di corso 2 | Analisi linguistica per la comunicazione link | | | 6 | | | |
| 10. | L- LIN/04 | Anno di corso 2 | Il lingua straniera-francese link | | | 3 | | | |
| 11. | L- LIN/14 | Anno di corso 2 | Il lingua straniera-tedesco link | | | 3 | | | |
| 12. | L- LIN/12 | Anno di corso 2 | Lingua inglese B link | | | 6 | | | |
| 13. | SECS- P/07 | Anno di corso 2 | Modelli di business link | | | 6 | | | |

| | | | | |
|-----|-------------------|-----------------|--|----|
| 14. | SECS-P/10 | Anno di corso 2 | Organizzazione e risorse umane link | 6 |
| 15. | SPS/09 | Anno di corso 2 | Sociologia dell'innovazione link | 9 |
| 16. | SPS/08 | Anno di corso 2 | Sociologia della comunicazione link | 6 |
| 17. | INF/01 | Anno di corso 2 | Tecnologia della comunicazione link | 9 |
| 18. | M-FIL/05 | Anno di corso 2 | Teorie della narratività link | 6 |
| 19. | SPS/08 | Anno di corso 2 | Visual and Media Studies link | 9 |
| 20. | L-ART/06 | Anno di corso 3 | Digital Humanities link | 6 |
| 21. | IUS/20 | Anno di corso 3 | Diritto dell'informazione e della comunicazione link | 6 |
| 22. | ICAR/13 INF/01 | Anno di corso 3 | Laboratorio di comunicazione multimediale link | 12 |
| 23. | ICAR/13 | Anno di corso 3 | M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (<i>modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale</i>) link | 6 |
| 24. | INF/01 | Anno di corso 3 | M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (<i>modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale</i>) link | 6 |
| 25. | SECS-P/08 | Anno di | Marketing e comunicazione link | 9 |

| | | | | | |
|-----|--------------|--------------------------|--|--|---|
| | | corso 3 | | | |
| 26. | M- PSI/05 | Anno di corso 3 | Psicologia delle decisioni link | | 6 |
| 27. | L- ART/06 | Anno di corso 3 | Semiotica del cinema e dei media link | | 9 |
| 28. | M- STO/04 | Anno di corso 3 | Storia del tempo presente link | | 9 |
| 29. | NN | Anno di corso 3 | Tirocinio link | | 9 |



QUADRO B4

Aule

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento-Aule

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>

Descrizione altro link: Easyroom

Altro link inserito: https://www.aule.unimore.it/index.php?content=gestore_aree_publico&lang=it&parentID=0&entryID=1



QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento-Laboratori

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>



QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: SALE STUDIO



QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: L'organizzazione logistica della sede del dipartimento-Biblioteca

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/dove-siamo>



QUADRO B5

Orientamento in ingresso

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 percorso 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 (a cura del Coordinatore didattico) e una valutazione delle eventuali conoscenze iniziali da integrare (a cura dei docenti referenti delle valutazioni della 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 (a cura dei docenti referenti delle valutazioni della carriera).

16/05/2024

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

- Unimore Orienta (presentazioni dei corsi di Laurea, corsi di Laurea magistrale e incontro dedicato all'orientamento al lavoro per i futuri studenti).

Nell'ambito di questa iniziativa, viene puntualmente aggiornato il materiale informativo (Guida di Dipartimento e di Ateneo).

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

- Open Day, destinato agli studenti delle classi V degli istituti superiori, in cui viene offerta l'opportunità di partecipare ad incontri con i docenti e con 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 le prime settimane di lezione (a cura del Coordinatore didattico).

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/node/148>



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.

16/05/2024

Per gli studenti della lauree triennali, il Dipartimento di Comunicazione ed Economia offre tre tipologie di attività di tutorato:

- Studenti Tutor

1) Servizio SOS Tutor: servizio di orientamento e supporto allo studio realizzato da studenti senior di laurea magistrale a favore degli altri studenti. 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.

2) Tutor d'Aula: ogni coorte di studenti prevede l'individuazione di un tutor d'aula (studente di laurea magistrale del Dipartimento) che funge da raccordo tra gli studenti e i docenti, per l'individuazione di eventuali criticità e per favorire la soluzione di problemi condivisi.

- Docente tutor

3) La figura del docente tutor 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.).

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/servizi/tutorato>



QUADRO B5

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

16/05/2024

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia promuove e gestisce l'offerta di tirocini formativi e di orientamento (stage) per gli studenti iscritti ai propri corsi di studio. I tirocini possono essere svolti presso imprese ed enti pubblici o privati, studi professionali, associazioni di categoria, istituzioni locali, nazionali ed estere.

Il loro scopo è quello di:

- realizzare momenti di alternanza tra studio e lavoro nell'ambito del percorso formativo dello studente consentendo di sperimentare 'sul campo' le conoscenze apprese in aula e di valutare la reale motivazione rispetto a un ruolo professionale (Tirocini "curriculari");
- agevolare le scelte professionali del neolaureato mediante una conoscenza più completa del mondo del lavoro (Tirocini "extra-curriculari").

L'attivazione del tirocinio avviene mediante: la sottoscrizione di una Convenzione tra l'Università e l'azienda/ente; la compilazione di un Progetto formativo, in cui vengono specificati gli obiettivi e i contenuti specifici del tirocinio. L'ufficio stage del Dipartimento offre supporto nella predisposizione della documentazione mediante l'utilizzo del portale di Ateneo (<https://www.dce.unimore.it/site/home/servizi/ufficio-stage/piattaforma-tirocini.html>) e consulenza alle aziende che sono alla ricerca di tirocinanti o che vogliono pubblicare annunci di lavoro rivolti a studenti/laureati.

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 neolaureati desiderosi di confrontarsi con il mondo del lavoro, organizzando una presentazione nella sede del Dipartimento;
- inserire nell'organico dell'azienda un laureando/laureato, che può così mettere in pratica le conoscenze e le competenze acquisite durante il proprio percorso formativo ed essere valutato per una eventuale collaborazione successiva.

Per gli studenti di Scienze della comunicazione, le attività svolte durante il periodo di tirocinio curriculare attribuiscono il riconoscimento di 9 CFU (per 225 ore di attività lavorative) e possono diventare oggetto di tesi di laurea. E' possibile attivare tirocini anche di durata maggiore al minimo previsto nel piano degli studi, rimanendo comunque invariato il numero di CFU che vengono riconosciuti. I principali ambiti in cui i tirocinanti svolgono la loro attività sono:

- gestione dell'ufficio commerciale e marketing
- gestione dell'ufficio del personale (selezione, formazione, valutazione)
- gestione della comunicazione interna ed esterna di un'azienda

- elaborazione di strategie di digital marketing e e-commerce
- ufficio stampa e rapporti con l'esterno
- elaborazione di strategie di pubbliche relazioni
- interfaccia con agenzie di comunicazione esterne
- creazione e implementazione di siti web
- redazione magazine aziendale
- redazione editoriale e radio-televisiva
- realizzazione di video-montaggi e grafica
- organizzazione di eventi
- tirocini interni (progetti concordati con un docente di riferimento)

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/servizi/stage>



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.

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia supporta il programma Erasmus Plus per Studio 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. Sempre nell'ambito della mobilità europea, il programma Erasmus Plus for Traineeship offre la possibilità agli studenti di svolgere un tirocinio formativo presso enti o organizzazioni dei settori pubblico e privato di uno dei paesi europei aderenti al Programma Erasmus Plus. Lo studente riceve un contributo comunitario per il rimborso delle spese. L'esperienza può avere una durata variabile da due a dodici mesi.

Altra opportunità di mobilità internazionale è costituita dal Bando More Overseas.

Attraverso il Bando MORE Overseas è possibile ricevere un contributo per svolgere un periodo di studio presso istituti universitari stranieri situati in paesi extra-europei o europei non rientranti nel programma Erasmus Plus. La durata del soggiorno può variare tra i tre e i sei mesi. Nel corso del soggiorno lo studente può svolgere attività formative propedeutiche alla preparazione della tesi di laurea oppure sostenere esami che saranno riconosciuti al rientro secondo le modalità concordate prima della partenza con il docente responsabile dello scambio.

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia assiste gli studenti in tutte le fasi dei programmi di scambio grazie alla presenza di una Commissione Relazioni Internazionali e di un Ufficio Erasmus di Dipartimento. La Commissione è costituita da sei docenti, tra cui un Presidente, e ha il compito di promuovere le relazioni con le 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 un'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 dei programmi di scambio, 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 relazioni internazionali e l'Ufficio Erasmus forniscono inoltre supporto e assistenza a studenti, personale amministrativo e docenti stranieri accolti dal Dipartimento nell'ambito dei vari programmi di mobilità internazionale.

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/internazionalizzazione>

| n. | Nazione | Ateneo in convenzione | Codice EACEA | Data convenzione | Titolo |
|----|----------|---|--------------|------------------|---------------|
| 1 | Austria | Fachhochschule St Poelten Gmbh | | 21/11/2013 | solo italiano |
| 2 | Austria | Fh Joanneum Gesellschaft M.B.H. | | 20/02/2014 | solo italiano |
| 3 | Belgio | HEPL - Haute Ecole de la Province de Liege | | 24/02/2021 | solo italiano |
| 4 | Bulgaria | New Bulgarian University | | 17/01/2014 | solo italiano |
| 5 | Bulgaria | University Of National And World Economy | | 26/11/2013 | solo italiano |
| 6 | Cipro | University Of Nicosia | | 11/11/2021 | solo italiano |
| 7 | Colombia | Pontificia Universidad Javeriana Cali | | 29/08/2022 | solo italiano |
| 8 | Francia | Ecole Superieure des Sciences Commerciales D'Angers ESSCA | | 21/11/2013 | solo italiano |
| 9 | Francia | Ecole de Commerce Europ enne-INSEEC Group | | 23/12/2019 | solo italiano |
| 10 | Francia | INSEEC Grande Ecole | | 11/11/2013 | solo italiano |
| 11 | Francia | Universite Paris Cit  | | 16/08/2022 | solo italiano |
| 12 | Francia | Universite Paris XIII -Sorbonne Paris Nord | | 27/11/2013 | solo italiano |
| 13 | Francia | Universite de Poitiers | | 15/07/2019 | solo italiano |
| 14 | Germania | Justus-Liebig Universit t Giessen | | 21/11/2013 | solo italiano |
| 15 | Germania | Technische Universit t Chemnitz | | 25/11/2013 | solo italiano |
| 16 | Germania | University of Potsdam | | 28/11/2016 | solo italiano |
| 17 | Grecia | Athens University of Economics and Business | | 24/01/2014 | solo italiano |
| 18 | Islanda | Reykjavik University | | 12/12/2016 | solo |

| | | | | |
|----|------------|--|------------|---------------|
| | | | | italiano |
| 19 | Lituania | Kazimieras Simonavicius University | 30/07/2014 | solo italiano |
| 20 | Messico | Universidad de Monterrey | 24/04/2023 | solo italiano |
| 21 | Norvegia | University of Agder (UiA) | 20/12/2013 | solo italiano |
| 22 | Polonia | University of Lodz | 28/11/2013 | solo italiano |
| 23 | Polonia | University of Zielona G3ra | 06/02/2024 | solo italiano |
| 24 | Polonia | WSB - Torun School of Banking | 08/11/2013 | solo italiano |
| 25 | Portogallo | IPAM - The Marketing School | 12/05/2016 | solo italiano |
| 26 | Portogallo | Instituto Superior Miguel Torga | 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 | Romania | Alexandru Ioan Cuza University of Iasi/Universitatea | 13/11/2013 | solo italiano |
| 30 | Romania | University of Bucharest | 07/12/2017 | solo italiano |
| 31 | Spagna | Universidad Antonio de Nebrija | 03/12/2013 | solo italiano |
| 32 | Spagna | Universidad CEU San Pablo | 12/12/2016 | solo italiano |
| 33 | Spagna | Universidad Carlos III de Madrid | 03/12/2013 | solo italiano |
| 34 | Spagna | Universidad Carlos III de Madrid | 18/11/2013 | solo italiano |
| 35 | Spagna | Universidad Catolica San Antonio de Murcia | 20/12/2013 | solo italiano |
| 36 | Spagna | Universidad De Alicante | 09/12/2013 | solo italiano |
| 37 | Spagna | Universidad De Murcia | 03/12/2013 | solo italiano |
| 38 | Spagna | Universidad De Zaragoza | 15/01/2014 | solo |

| | | | | |
|----|-------------|--|------------|---------------|
| | | | | italiano |
| 39 | Spagna | Universidad de A Coruña | 22/01/2014 | solo italiano |
| 40 | Spagna | Universitat Autònoma de Barcelona | 20/07/2017 | solo italiano |
| 41 | Spagna | Universitat De Barcelona | 03/12/2013 | solo italiano |
| 42 | Spagna | Universitat Politècnica De Catalunya | 03/12/2013 | solo italiano |
| 43 | Spagna | Universitat de Valencia | 03/02/2014 | solo italiano |
| 44 | Stati Uniti | The University of Massachusetts Lowell | 18/10/2022 | solo italiano |
| 45 | Ungheria | Debreceni Egyetem | 06/03/2014 | solo italiano |



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

17/05/2024

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 laurea in Scienze della Comunicazione 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 tra 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 e il servizio di consultazione dei CV dei laureati.

Un ulteriore supporto all'attività di accompagnamento al lavoro è svolto dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Comunicazione ed Economia. Sul sito del Dipartimento (www.dce.unimore.it) enti e imprese possono pubblicare annunci di lavoro indirizzati a laureandi e laureati dei corsi di laurea del Dipartimento. Laureati e laureandi possono inoltre usufruire di colloqui individuali e/o a piccoli gruppi dedicati alle tecniche di ricerca del lavoro (per supporto alla stesura del CV, della lettera di presentazione e/o per sviluppare abilità utili a raccogliere e selezionare le informazioni relative al mercato del lavoro).

Link inserito: <https://www.unimore.it/it/servizi/tirocini-e-placement>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

15/06/2024

A partire dall'anno accademico 2017/2018, il progetto dipartimentale OneLab si è caratterizzato per fornire un supporto didattico per tutti gli studenti e in particolare per coloro che sono impossibilitati a frequentare le lezioni (es. studenti lavoratori, con figli, a distanza). La piattaforma OneLab permette allo studente di avere accesso da remoto alla registrazione delle lezioni che si sono svolte in aula. I servizi aggiuntivi di OneLab prevedono anche la possibilità di reperire i docenti da remoto, attraverso ricevimenti a distanza.

Nell'offerta didattica del Corso di Studi sono previste attività laboratoriali riguardanti l'approfondimento delle competenze linguistiche e di supporto alla scrittura dell'elaborato finale.

Nell'a.a. 2023/24, gli studenti possono partecipare ad Equality Week che prevede il coinvolgimento in un lavoro di gruppo sulla diversità da presentare in occasione della Notte Europea dei Ricercatori e delle Ricercatrici.

Il Dipartimento di Comunicazione ed Economia partecipa inoltre ai bandi per i visiting professor dell'Ateneo con lo scopo di permettere agli studenti dei corsi di studio di integrare il loro percorso formativo con la partecipazione a lezioni e seminari tenuti da professori afferenti ad Atenei esteri.

Descrizione link: OneLab

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/didattica/onelab>



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, superando in quasi tutti gli indicatori l'80% di risposte positive. Fanno eccezione gli indicatori D01 (conoscenze pregresse) con il 75,1% delle valutazioni positive; D6 (interesse per la materia) con circa il 79% di giudizi positivi; D15 (carico di studio) con 77,7% di giudizi positivi.

Superano la soglia del 90% di giudizi positivi altri indicatori: rispetto degli orari delle lezioni (D05), coerenza dello svolgimento dell'insegnamento con quanto dichiarato nel sito web (D09), reperibilità dei docenti (D10).

Complessivamente le valutazioni degli studenti sono positive e sono sostanzialmente in linea con i dati degli a.a. precedenti.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni Studenti 2023-24



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

La soddisfazione complessiva per il corso di laurea in Scienze della Comunicazione espressa dai laureati nel 2022 ^{26/08/2024} raggiunge il 92% di giudizi positivi ('Decisamente sì' e 'Più sì che no'), leggermente superiore alla media della classe di

laurea sia a livello nazionale che nella stessa area geografica. Sebbene talora in leggera diminuzione, rimangono ancora molto favorevoli i giudizi sul rapporto con i docenti (87%), sul materiale didattico (96%), sull'organizzazione degli esami (86% di giudizi positivi, in aumento rispetto all'anno precedente e in linea con i dati della classe di laurea), sull'adeguatezza delle aule (98%) e delle postazioni informatiche (84%), sull'esperienza di tirocinio (98%).

Rimane critico il dato dell'esperienza di studio all'estero sebbene il leggero miglioramento (9%), peraltro non molto diverso dai dati di area geografica e nazionali. I pochi studenti che hanno potuto usufruire di questo servizio si dichiarano comunque pienamente soddisfatti dell'esperienza e tutti hanno sostenuto degli esami all'estero.

Per quanto riguarda i servizi offerti agli studenti dal Dipartimento di afferenza del CdS, c'è una netta prevalenza dei giudizi positivi. Tra gli studenti e i neo-laureati che hanno usufruito dei servizi (circa il 60%), si dichiarano soddisfatti dell'orientamento allo studio post-laurea (il 63%) e dell'orientamento al lavoro (le iniziative formative sono valutate positivamente dal 78% dei neo-laureati, i servizi di sostegno al lavoro dall'74%), con un 78% di valutazione positiva dell'Ufficio Placement.

Diversamente dagli anni precedenti, viene valutata meno positivamente l'adeguatezza del carico didattico dei singoli insegnamenti rispetto alla durata del CdS: se la rilevazione del 2023 mostrava un 90% di giudizi positivi, tale percentuale si attesta adesso sul valore dell'82%.

Un altro dato anomalo rispetto agli anni precedenti riguarda la risposta riguardante la possibile re-iscrizione allo stesso CdS che si attesta al 51%. E' questo un dato da monitorare attentamente da parte del CdS poiché risulta di 10-15 punti percentuale inferiore rispetto al recente passato.

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Dal 2020/21 al 2023/24 l'accesso al CdS è stato a numero programmato, con una conseguente riduzione del numero delle immatricolazioni: nel 2021/22 gli avvii di carriera sono stati 160 (di cui 126 nuovi immatricolati al SU), nel 2022/23 sono stati 183 (139 nuovi immatricolati al SU) e nel 2023/24 sono 145 (114 nuovi immatricolati al SU). Bassa la quota degli immatricolati provenienti da fuori regione che nel 2023/24 si attesta su circa il 15% degli iscritti, inferiore alle medie regionali e nazionali. 26/08/2024

Dopo una diminuzione della percentuale degli abbandoni che si è registrata nel 2018/19, i dati degli anni successivi mostrano un incremento costante fino ad arrivare nel 2022/23 a un 50% di abbandoni complessivi, peggior dato degli ultimi anni monitorati; tra questi abbandoni circa il 25% si verifica tra il primo e il secondo anno (IC14, 75% di studenti che proseguono al secondo anno nello stesso CdS). Anche i CFU conseguiti al primo anno sul totale dei CFU da conseguire (IC13, 52,4%), così come la percentuale di studenti che si iscrivono al II anno avendo conseguito almeno 2/3 dei CFU previsti al I anno (IC16bis, 45,3%), risultano ancora inferiori alle medie della classe di laurea. Non migliorano neppure i dati riguardante la percentuale di laureati entro la durata normale del corso o a un anno oltre la durata normale del corso (nel 2022/23 l'indicatore IC02 è al 59% e IC17 al 36% circa e IC22 al 25%).

In miglioramento sono invece i dati riguardanti i CFU conseguito all'estero (IC10, circa il 2%), in linea con le medie regionali e nazionali.

Buoni sono anche i dati relativi alla sostenibilità del corso di studio: la percentuale delle ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato è al 66,5% (IC19), il rapporto studenti iscritti/docenti è complessivamente di 41,5 (IC27) e al primo anno di 39,2 (IC28), tutti dati migliori delle medie di classe.

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

La spendibilità del titolo di studio continua a rimanere superiore alla media regionale e nazionale della classe di laurea e si attesta nel 2022 al 51% degli occupati a un anno dal conseguimento del titolo, anche se leggermente inferiore rispetto agli anni precedenti (il tasso di occupazione più alto si è registrato nel 2022 e si è attestato su un valore del 62%). Anche adottando le definizioni Istat di occupazione e disoccupazione, il tasso di occupazione negli ultimi anni si è mantenuto superiore al 48-50 %, dati migliori della stessa classe di laurea al livello nazionale e regionale. Gli occupati che non proseguono gli studi magistrali (il 41% dei neolaureati) hanno trovato lavoro prevalentemente in Emilia Romagna (per circa l'88%) con una retribuzione piuttosto bassa (934 euro mensili nel 2022 per le femmine e 1351 euro per i maschi). 26/08/2024

La percezione di efficacia della laurea per il lavoro svolto è pressoché costante nel tempo e si è attestata negli anni su una percentuale del 75-80%, così come risulta costantemente positivo il dato riguardante l'utilizzo delle competenze acquisite. Tutti questi dati sono leggermente migliori di quelli relativi ai laureati della stessa classe di laurea al livello regionale e nazionale.

La soddisfazione per il lavoro svolto oscilla negli anni ed è in media del 7,7 su una scala da 1 a 10, ed è, come prevedibile, superiore per i laureati in posizioni lavorative più coerenti con gli studi svolti.

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/articolo56069581.html>



QUADRO C3

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

Nel documento allegato, redatto dall'Ufficio Stage del Dipartimento di Comunicazione ed Economia, vengono riportati i risultati relativi alla rilevazione delle opinioni di enti e imprese che hanno organizzato tirocini curricolari per gli studenti di Scienze della Comunicazione nel 2023. Hanno risposto al questionario 78 responsabili aziendali del tirocinio su un totale di 96 tirocini attivati.

26/08/2024

Per quanto riguarda la soddisfazione espressa dalle aziende ospitanti, le valutazioni positive si aggirano tutte sul 95%, con altissimi valori riguardanti l'opzione di risposta "decisamente sì" alle domande proposte. La piena soddisfazione è infatti espressa da circa il 73% dei rispondenti quando si tratta dei servizi di attivazione e gestione del tirocinio (complessivamente un giudizio positivo del 91% dei rispondenti), da circa l'88% (su un totale di giudizi positivi del 98%) riguardo all'attività complessiva del tirocinante, da circa l'86% (sul 97% totale) riguardo al raggiungimento degli obiettivi formativi e del 91% (su 97%) rispetto all'impegno dimostrato dal tirocinante. I giudizi espressi dalle aziende sono complessivamente positivi per oltre il 92% dei rispondenti anche quando si tratta di valutare l'adeguatezza delle competenze di base del tirocinante e la sua capacità di sviluppare nuove competenze, e va oltre l'80-90% per quanto riguarda l'acquisizione di competenze nell'uso di strumenti o dispositivi specifici, la capacità di lavorare in gruppi e di lavorare per obiettivi. Per gli intervistati gli obiettivi formativi del tirocinio sono stati raggiunti nella quasi totalità dei casi (86% in modo completamente soddisfacente e 12% in modo parziale).

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione enti e imprese tirocini 2023



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

11/04/2024

Il Presidio della Qualità dell'Ateneo (PQA) assume un ruolo centrale nell'Assicurazione della Qualità (AQ) di Ateneo attraverso:

- la Supervisione dello svolgimento adeguato e uniforme delle procedure di AQ di tutto l'Ateneo;
- la Proposta di strumenti comuni per l'AQ e di attività formative ai fini della loro applicazione;
- il Supporto ai CdS e ai loro Referenti e ai Direttori di Dipartimento per attività comuni

Descrizione link: PQA di Ateneo

Link inserito: <https://www.unimore.it/it/qualita>

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

28/05/2024

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: Presidente del Consiglio di Corso di studio

2 Rappresentanti degli studenti o un portavoce degli studenti in assenza di una rappresentanza studentesca formalmente eletta durante le ultime elezioni

4 Componenti individuati tra i docenti di ruolo titolari di insegnamenti nel corso di studi.

Tutte le attività relative all'AQ vengono monitorate a livello di Consiglio di Dipartimento e fanno riferimento a un Responsabile Qualità del Dipartimento 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, il Rapporto Annuale di Monitoraggio (RAM-AQ), la Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) e, ad intervalli pluriennali in funzione della durata del CdS, il Rapporto di Riesame Ciclico (RRC), 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.

I tempi di realizzazione dei processi di gestione necessari per l'attivazione, il funzionamento e il monitoraggio del CdS seguono le necessarie scadenze previste dalla normativa ministeriale in vigore e in accordo con le indicazioni dei competenti organi di Ateneo.

Descrizione link: DCE: Assicurazione qualità CdS

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio>



QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

28/05/2024

La programmazione annuale dei lavori per la gestione AQ del CdS può essere rappresentata come segue.

Entro gennaio di ogni anno

- Recepimento delle evidenze emerse nelle valutazioni del Comitato d'Indirizzo.

Entro febbraio di ogni anno

- Discussione e recepimento delle osservazioni e delle segnalazioni della CPSD, a cura del Consiglio di Corso di Studi, incluso nella sezione 1 della Relazione Annuale di Monitoraggio (RAM-AQ), approvata dal CCdS

Entro aprile di ogni anno

- Controllo e aggiornamento dei campi SuA CdS, a cura del Presidente del CCdS, anche alla luce delle evidenze emerse nella RAM-AQ conclusiva dell'anno precedente e delle valutazioni del Comitato d'Indirizzo

Entro settembre di ogni anno

- Valutazione dell'opinione degli studenti; il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro B6 e nella RAM-AQ del Corso di Studi
- Valutazione della soddisfazione dei laureati; il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro B7
- Valutazione della situazione occupazionale; il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro C2
- Valutazione dei giudizi sui tirocini di studenti e imprese, il commento ai risultati è contenuto nella SuA CdS, quadro C3
- Monitoraggio tasso di superamento delle verifiche di apprendimento per gli insegnamenti del CdS; il commento ai risultati è contenuto nella RAM-AQ del Corso di Studi

Entro ottobre di ogni anno

- Redazione della SMA
- Discussione e Approvazione della RAM-AQ, sezioni 2,3,4,5 da parte del CCdS

Entro novembre di ogni anno

- Presentazione dei risultati sull'opinione degli studenti in aula e attraverso video divulgativi

Entro dicembre di ogni anno

- Convocazione del Comitato d'Indirizzo per il monitoraggio annuale di fabbisogni formativi del mercato del lavoro e dei profili in uscita dei CdS

La redazione del RRC, quando prevista, deve concludersi entro l'anno per il quale è programmato il riesame ciclico.

Descrizione link: DCE: Assicurazione qualità CdS- Pagina Programmazione dei lavori per l'AQ del CdS

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio>



QUADRO D4

Riesame annuale

Il Rapporto Annuale di Monitoraggio della AQ (RAM-AQ) si compone di 5 sezioni:

- 1) la prima è destinata a dare risposta alle osservazioni e ai punti di attenzione sollevati dalla Commissione paritetica docenti-studenti nella relazione annuale relativa all'anno precedente;
- 2) la seconda è destinata a monitorare gli indicatori relativi all'opinione degli studenti, con l'identificazione di eventuali interventi correttivi;
- 3) la terza è finalizzata a valutare lo stato di avanzamento delle azioni correttive previste nel Rapporto di Riesame Ciclico (RRC);
- 4) la quarta è finalizzata a valutare i principali indicatori della Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) e proporre eventuali azioni correttive;
- 5) la quinta prevede l'analisi dei tassi di superamento degli esami e degli esiti della prova finale.

Descrizione link: Relazioni RAMAQ-CdS

Link inserito: <https://www.dce.unimore.it/it/assicurazione-qualita/assicurazione-qualita-dei-corsi-di-studio/aq-scienze-della-comunicazione>

▶ QUADRO D5 | Progettazione del CdS

▶ QUADRO D6 | Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

▶ QUADRO D7 | Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



Informazioni generali sul Corso di Studi

| | |
|---|---|
| Università | Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA |
| Nome del corso in italiano | Scienze della comunicazione |
| Nome del corso in inglese | Communication Science |
| Classe | L-20 - Scienze della comunicazione |
| Lingua in cui si tiene il corso | italiano |
| Eventuale indirizzo internet del corso di laurea | https://www.dce.unimore.it/it/didattica/corsi-di-laurea-informazioni-general/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazion-e-sco |
| Tasse | https://www.unimore.it/it/didattica/iscrizioni-e-tasse |
| Modalità di svolgimento | a. Corso di studio convenzionale |

Corsi interateneo

i 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 studi, 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; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

| | |
|--|--|
| Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS | BIANCHI Cinzia |
| Organo Collegiale di gestione del corso di studio | Consiglio di Corso di Studio |
| Struttura didattica di riferimento | Comunicazione ed economia (Dipartimento Legge 240) |

Docenti di Riferimento

| N. | CF | COGNOME | NOME | SETTORE | MACRO SETTORE | QUALIFICA | PESO | INSEGNAMENTO ASSOCIATO |
|----|------------------|------------|--------------|----------|---------------|-----------|------|------------------------|
| 1. | BGNMRC76S07H223R | BAGNI | Marco | L-LIN/12 | 10/L | ID | 1 | |
| 2. | BNCCNZ64D43B509H | BIANCHI | Cinzia | M-FIL/05 | 11/C4 | PA | 1 | |
| 3. | CCCSLV74L55G702W | CACCHIANI | Silvia | L-LIN/12 | 10/L1 | PA | 1 | |
| 4. | CDLVNN58C05H223W | CODELUPPI | Vanni | SPS/08 | 14/C2 | PO | 1 | |
| 5. | DSUNLM66E07A703L | DUSI | Nicola Maria | L-ART/06 | 10/C1 | PA | 1 | |
| 6. | MNTFRC62P10A944M | MONTANARI | Federico | SPS/08 | 14/C2 | PA | 1 | |
| 7. | MNTMNL72A61Z133T | MONTANGERO | Manuela | INF/01 | 01/B1 | PA | 1 | |
| 8. | PNRMSM71T14H223T | PANARARI | Massimiliano | SPS/08 | 14/C2 | PA | 1 | |
| 9. | TGLGCM82S08B157S | TAGLIANI | Giacomo | L-ART/06 | 10/C1 | PA | 1 | |

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Scienze della comunicazione



Rappresentanti Studenti

| COGNOME | NOME | EMAIL | TELEFONO |
|------------|-----------------|-------|----------|
| COSTI | Elisa | | |
| VIDONI | Sveva Camilla | | |
| BERNAGOZZI | Andrea | | |
| BAYERE | Souriatou | | |
| ANDREANO | Celestina | | |
| DI GIOIA | Imma | | |
| GURRADO | Angelo Raffaele | | |



Gruppo di gestione AQ

| COGNOME | NOME |
|------------|-----------|
| BIANCHI | CINZIA |
| CACCHIANI | SILVIA |
| DALL'AGLIO | ALICE |
| GRAZIANI | ANNA RITA |
| GUARDIANO | CRISTINA |
| MONTANARI | FEDERICO |
| REGNOLI | DANIELA |



Tutor

| COGNOME | NOME | EMAIL | TIPO |
|-----------|--------------|-------|------------------|
| CACCHIANI | Silvia | | Docente di ruolo |
| GUARDIANO | Cristina | | Docente di ruolo |
| GUIDETTI | Margherita | | Docente di ruolo |
| DUSI | Nicola Maria | | Docente di ruolo |

| | | |
|---------|--------------------|------------------|
| RAZZOLI | Damiano | Docente di ruolo |
| IRIMIA | Monica Alexandrina | Docente di ruolo |

► Programmazione degli accessi

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

► Sedi del Corso

| Sede del corso:allegri 9 42100 - REGGIO EMILIA | |
|--|------------|
| Data di inizio dell'attività didattica | 12/09/2024 |
| Studenti previsti | 250 |

► Eventuali Curriculum

| | |
|-------------------------|------------------------|
| Linguaggi dei media | 3-205^2018^3-205-1^246 |
| Comunicazione d'impresa | 3-205^2018^3-205-2^246 |

► Sede di riferimento Docenti,Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

| COGNOME | NOME | CODICE FISCALE | SEDE |
|---------|--------------|------------------|---------------|
| BAGNI | Marco | BGNMRC76S07H223R | REGGIO EMILIA |
| DUSI | Nicola Maria | DSUNLM66E07A703L | REGGIO EMILIA |

| | | | |
|------------|--------------|-------------------|---------------|
| TAGLIANI | Giacomo | TGLGCM82S08B157S | REGGIO EMILIA |
| BIANCHI | Cinzia | BNCCNZ64D43B509H | REGGIO EMILIA |
| PANARARI | Massimiliano | PNRMSM71T14H223T | REGGIO EMILIA |
| CODELUPPI | Vanni | CDLVNN58C05H223W | REGGIO EMILIA |
| CACCHIANI | Silvia | CCCSSLV74L55G702W | REGGIO EMILIA |
| MONTANARI | Federico | MNTFRC62P10A944M | REGGIO EMILIA |
| MONTANGERO | Manuela | MNTMNL72A61Z133T | REGGIO EMILIA |

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

| COGNOME | NOME | SEDE |
|---------|------|------|
|---------|------|------|

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

| COGNOME | NOME | SEDE |
|-----------|--------------------|---------------|
| CACCHIANI | Silvia | REGGIO EMILIA |
| GUARDIANO | Cristina | REGGIO EMILIA |
| GUIDETTI | Margherita | REGGIO EMILIA |
| DUSI | Nicola Maria | REGGIO EMILIA |
| RAZZOLI | Damiano | REGGIO EMILIA |
| IRIMIA | Monica Alexandrina | REGGIO EMILIA |



Altre Informazioni

R^aD



| | |
|---|--|
| Codice interno all'ateneo del corso | 3-205^2018^PDS0-2018^246 |
| 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 e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **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

RAI



Offerta didattica erogata

| | coorte | CUIN | insegnamento | settori insegnamento | docente | settore docente | ore di didattica assistita |
|----|--------|-----------|--|----------------------|--|-----------------|----------------------------|
| 1 | 2023 | 172402737 | Analisi dei dati per la ricerca sociale <i>semestrale</i> | SECS-S/05 | Viviana DE GIORGI CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i> | SECS-S/05 | 72 |
| 2 | 2023 | 172402738 | Analisi linguistica per la comunicazione <i>semestrale</i> | L-LIN/01 | Cristina GUARDIANO CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i> | L-LIN/01 | 48 |
| 3 | 2022 | 172400931 | Digital Humanities <i>semestrale</i> | L-ART/06 | Docente di riferimento Giacomo TAGLIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | L-ART/06 | 48 |
| 4 | 2022 | 172400932 | Diritto dell'informazione e della comunicazione <i>semestrale</i> | IUS/20 | Marco MARIANI CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i> | IUS/20 | 48 |
| 5 | 2023 | 172402751 | Il lingua straniera-francese <i>semestrale</i> | L-LIN/04 | Docente di riferimento Silvia CACCHIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | L-LIN/12 | 24 |
| 6 | 2023 | 172402752 | Il lingua straniera-tedesco <i>semestrale</i> | L-LIN/14 | Docente di riferimento Silvia CACCHIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | L-LIN/12 | 24 |
| 7 | 2023 | 172403813 | Information literacy <i>semestrale</i> | M-STO/08 | Matteo RINALDINI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | SPS/09 | 16 |
| 8 | 2024 | 172403814 | Introduzione alla linguistica <i>semestrale</i> | L-LIN/01 | Monica Alexandrina IRIMIA CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | L-LIN/01 | 72 |
| 9 | 2024 | 172403820 | Lingua inglese A <i>semestrale</i> | L-LIN/12 | Docente di riferimento Marco BAGNI CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i> | L-LIN/12 | 48 |
| 10 | 2023 | 172402761 | Lingua inglese B <i>semestrale</i> | L-LIN/12 | Docente di riferimento Silvia CACCHIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | L-LIN/12 | 48 |
| 11 | 2022 | 172400934 | M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (modulo di Laboratorio di | ICAR/13 | Damiano RAZZOLI CV <i>Ricercatore a t.d. -</i> | SPS/08 | 48 |

| | | | | | | | |
|----|------|-----------|--|-----------|---|-----------|--------------------|
| | | | comunicazione multimediale) semestrale | | <i>t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> | | |
| 12 | 2022 | 172400935 | M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale) semestrale | INF/01 | Marco FURINI CV Professore Ordinario (L. 240/10) | INF/01 | 48 |
| 13 | 2022 | 172400937 | Marketing e comunicazione semestrale | SECS-P/08 | Ilaria BAGHI CV Professore Associato (L. 240/10) | SECS-P/08 | 40 |
| 14 | 2022 | 172400937 | Marketing e comunicazione semestrale | SECS-P/08 | Silvia GRAPPI CV Professore Ordinario (L. 240/10) | SECS-P/08 | 32 |
| 15 | 2023 | 172402781 | Organizzazione e risorse umane semestrale | SECS-P/10 | Annachiara SCAPOLAN CV Professore Associato (L. 240/10) | SECS-P/10 | 48 |
| 16 | 2022 | 172400939 | Psicologia delle decisioni semestrale | M-PSI/05 | Margherita GUIDETTI CV Professore Associato (L. 240/10) | M-PSI/05 | 48 |
| 17 | 2024 | 172403840 | Psicologia generale semestrale | M-PSI/01 | Francesca Maria CIARDO CV Ricercatore a t.d. - <i>t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> Università degli Studi di MILANO-BICOCCA | M-PSI/01 | 24 |
| 18 | 2024 | 172403840 | Psicologia generale semestrale | M-PSI/01 | Annalisa FERRARINI CV | | 48 |
| 19 | 2024 | 172403841 | Psicologia sociale semestrale | M-PSI/05 | Anna Rita GRAZIANI CV Professore Associato (L. 240/10) | M-PSI/05 | 72 |
| 20 | 2024 | 172403844 | Semiotica semestrale | M-FIL/05 | Docente di riferimento Cinzia BIANCHI CV Professore Associato (L. 240/10) | M-FIL/05 | 72 |
| 21 | 2022 | 172400940 | Semiotica del cinema e dei media semestrale | L-ART/06 | Docente di riferimento Nicola Maria DUSI CV Professore Associato (L. 240/10) | L-ART/06 | 72 |
| 22 | 2024 | 172403846 | Sociologia semestrale | SPS/08 | Docente di riferimento Vanni CODELUPPI CV Professore Ordinario (L. 240/10) | SPS/08 | 72 |
| 23 | 2023 | 172402788 | Sociologia dell'innovazione semestrale | SPS/09 | Matteo RINALDINI CV Professore Associato (L. 240/10) | SPS/09 | 72 |
| 24 | 2023 | 172402787 | Sociologia della comunicazione | SPS/08 | Docente di riferimento | SPS/08 | 48 |

| | | | | | | | |
|----|------|-----------|--|----------|---|------------|--------------------|
| | | | <i>semestrale</i> | | Massimiliano PANARARI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | | |
| 25 | 2022 | 172400941 | Storia del tempo presente <i>semestrale</i> | M-STO/04 | Gianni LA BELLA CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i> | M-STO/04 | 72 |
| 26 | 2023 | 172402791 | Tecnologia della comunicazione <i>semestrale</i> | INF/01 | Docente di riferimento Roberta DE MICHELE CV | | 32 |
| 27 | 2023 | 172402791 | Tecnologia della comunicazione <i>semestrale</i> | INF/01 | Docente di riferimento Manuela MONTANGERO CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | INF/01 | 40 |
| 28 | 2023 | 172402792 | Teorie della narrativa <i>semestrale</i> | M-FIL/05 | Ruggero RAGONESE CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i> | M-FIL/05 | 48 |
| 29 | 2023 | 172402796 | Visual and Media Studies <i>semestrale</i> | SPS/08 | Docente di riferimento Federico MONTANARI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i> | SPS/08 | 72 |
| | | | | | | ore totali | 1456 |



Curriculum: Linguaggi dei media

| Attività di base | settore | CFU Ins | CFU Off | CFU Rad |
|---|--|---------|---------|---------|
| Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche | INF/01 Informatica | 36 | 36 | 27 - 36 |
| | ↳ <i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 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> | | | |
| | 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 sociali e mediologiche | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | 18 | 18 | 12 - 18 |
| | ↳ <i>Sociologia (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | ↳ <i>Visual and Media Studies (2 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 Ins | CFU Off | CFU Rad |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Metodologie, analisi e | | 39 | 39 | 27 - 39 |

| | | | | |
|---|---|----|----|---------|
| tecniche della comunicazione | 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> | | | |
| | M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi | | | |
| | ↳ <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | ↳ <i>Teorie della narritività (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | SECS-S/05 Statistica sociale | | | |
| | ↳ <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| Scienze umane ed economico-sociali | M-PSI/01 Psicologia generale | | | |
| | ↳ <i>Psicologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | M-PSI/05 Psicologia sociale | | | |
| | ↳ <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | 30 | 30 | 30 - 42 |
| | SECS-P/02 Politica economica | | | |
| | ↳ <i>Istituzioni di economia (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | | | |
| | ↳ <i>Sociologia della comunicazione (2 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 |
|---|---|---------|---------|----------------|
| Attività formative affini o integrative | ICAR/13 Disegno industriale ↳ <i>M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | 18 | 18 | 18 - 24 min 18 |
| | INF/01 Informatica ↳ <i>M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | 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 *Linguaggi dei media*:

180

150 - 201

Curriculum: Comunicazione d'impresa

| Attività di base | settore | CFU Ins | CFU Off | CFU Rad |
|---|--|---------|-----------|----------------|
| Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche | INF/01 Informatica | 36 | 36 | 27 - 36 |
| | ↳ <i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 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> | | | |
| | 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 sociali e mediologiche | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | 18 | 18 | 12 - 18 |
| | ↳ <i>Sociologia (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro | | | |
| | ↳ <i>Sociologia dell'innovazione (2 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 Ins | CFU Off | CFU Rad |
|---|---|---------|---------|---------|
| Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione | M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi | 27 | 27 | 27 - 39 |

| | | | | |
|---|---|----|----|---------|
| | <p>↳ <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <p>↳ <i>Marketing e comunicazione (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-S/05 Statistica sociale</p> <p>↳ <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> | | | |
| Scienze umane ed economico-sociali | <p>M-PSI/01 Psicologia generale</p> <p>↳ <i>Psicologia generale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>M-PSI/05 Psicologia sociale</p> <p>↳ <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <p>↳ <i>Psicologia delle decisioni (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/02 Politica economica</p> <p>↳ <i>Istituzioni di economia (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/07 Economia aziendale</p> <p>↳ <i>Modelli di business (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/10 Organizzazione aziendale</p> <p>↳ <i>Organizzazione e risorse umane (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> | 42 | 42 | 30 - 42 |
| Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche | <p>M-STO/04 Storia contemporanea</p> <p>↳ <i>Storia del tempo presente (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> | 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 |
|---|---|---------|---------|----------------|
| Attività formative affini o integrative | ICAR/13 Disegno industriale ↳ <i>M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | 18 | 18 | 18 - 24 min 18 |
| | INF/01 Informatica ↳ <i>M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> | | | |
| | 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 |



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività di base R^{AD}

| 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 | 27 | 36 | - |
| | M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi | | | |
| Discipline sociali e mediologiche | M-STO/04 Storia contemporanea | | | |
| | SPS/07 Sociologia generale | | | |
| | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | 12 | 18 | - |
| | SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro | | | |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36: | | | | - |
| Totale Attività di Base | | | | 39 - 54 |



Attività caratterizzanti R^{AD}

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

| 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 | 30 | 42 | - |
| | SPS/07 Sociologia generale | | | |
| Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche | SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi | | | |
| | SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro | | | |
| | IUS/01 Diritto privato | | | |
| | IUS/10 Diritto amministrativo | | | |
| Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche | M-STO/04 Storia contemporanea | 6 | 12 | - |
| | | | | |
| Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54: | | | | - |
| Totale Attività Caratterizzanti | | | | 63 - 93 |



| ambito disciplinare | CFU | | minimo da D.M. per l'ambito |
|---|-----|-----|-----------------------------|
| | min | max | |
| Attività formative affini o integrative | 18 | 24 | |

Totale Attività Affini

18 - 24

**Altre attività**
R^aD

| ambito disciplinare | | CFU min | CFU 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**
R^aD

| | |
|---|------------|
| CFU totali per il conseguimento del titolo | 180 |
| Range CFU totali del corso | 150 - 201 |



Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R^aD

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.



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R^aD



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.



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.