



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:1618847</i>)
Nome del corso in inglese	Communication Science
Classe	L-20 R - 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/servizi/tasse-e-benefici
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	CACCHIANI Silvia
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.	DE MICHELE	Roberta	ID	1
5.	DURAZZI	Niccolo	PA	1
6.	DUSI	Nicola Maria	PA	1
7.	MONTANARI	Federico	PA	1
8.	MONTANGERO	Manuela	PA	1
9.	PANARARI	Massimiliano	PA	1

Rappresentanti Studenti	BORGHI Cristian Camilo BUFFALO SPINASSI Santino D'AMICO Maria PACIULLI Rossella SELMI Chiara TCHIGMOU PADJOUO Karole Bright VEZZANI Lorenzo VODARICI Sorin Alin
Gruppo di gestione AQ	CINZIA BIANCHI CRISTIAN CAMILO BORGHI SILVIA CACCHIANI ALICE DALL'AGLIO ANNA RITA GRAZIANI CRISTINA GUARDIANO FEDERICO MONTANARI DANIELA REGNOLI LORENZO VEZZANI
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-general/corso-di-laurea-scienze-della-comunicazione-sco>



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

18/02/2025

Il corso di laurea mira a fornire una formazione di carattere sia teorico che pratico sulla Comunicazione. Oltre alle necessarie conoscenze e competenze in ambito linguistico e semiotico, gli studenti e le studentesse dovranno acquisire conoscenze e competenze fondamentali relative al più ampio contesto socio-culturale, storico, giuridico ed economico della comunicazione e dei media.

In particolare, laureati e laureate acquisiranno gli strumenti (tecniche, tecnologie e metodologie di analisi) necessari a comprendere, analizzare e utilizzare criticamente generi, formati e linguaggi della parola e dell'immagine, sia nell'ambito della comunicazione sociale e mediatica, sia nell'ambito della comunicazione d'impresa, con particolare attenzione all'industria culturale e creativa, acquisendo inoltre gli strumenti idonei a progettare forme di comunicazione adeguate a obiettivi e contesti, inclusi pubblici e utenti diversi.

Nel dettaglio, il percorso formativo fornisce nei primi due anni un'ampia base comune in ambito linguistico, semiotico, sociologico e psicologico, oltre a conoscenze della storia e cultura dei media e di economia politica. Vengono altresì forniti gli strumenti informatici e statistici, l'approfondimento della lingua inglese e i fondamenti di una seconda lingua straniera. A ciò si aggiungono conoscenze relative al diritto dell'informazione e della comunicazione durante il terzo anno di corso. Particolare importanza, tra 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 forniti insegnamenti e attività laboratoriali intesi a sviluppare abilità di scrittura, padronanza progettuale di prodotti multimediali e competenze nella gestione dei flussi di comunicazione digitale. Fra il secondo e il terzo anno lo studente è chiamato a scegliere tra due percorsi formativi. Il primo percorso, dedicato alla comunicazione d'impresa, affronta lo studio dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna, fornendo competenze e conoscenze che spaziano dai fondamenti di economia aziendale e organizzazione, alla psicologia delle decisioni, marketing e comunicazione pubblicitaria. Nel secondo percorso si approfondiscono in modo peculiare i linguaggi dei media, e in particolare la prospettiva psicologica, sociologica e semiotica sulle nuove forme di narrazione, anche visiva e audiovisiva (per es. serialità narrativa, cinema, fenomeni mediali e transmediali di comunicazione digitale). Completano il percorso formativo il tirocinio formativo e l'elaborato di tesi.



QUADRO

A4.b.1

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

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso di laurea in Scienze della Comunicazione intende fornire conoscenze e competenze articolate attorno ad alcune aree di apprendimento fondamentali:

1) La comunicazione e i fenomeni del linguaggio umano vengono studiati innanzitutto dal punto di vista linguistico, sociologico e semiotico. Uno studio di base consente a studenti e studentesse di acquisire conoscenze adeguate per comprendere l'universo socio-culturale, le varie forme testuali e la comunicazione verbale e scritta, anche attraverso l'osservazione diretta dei fatti linguistici e comunicativi. Le attività didattiche di questa area di apprendimento prevedono anche l'acquisizione della conoscenza della lingua inglese, permettendo l'approfondimento dei principali aspetti morfo-sintattici e lessico-semantici delle più significative lingue europee.

2) Una ulteriore area di apprendimento riguarda le metodologie e le tecniche della comunicazione. E' necessario che studenti e studentesse acquisiscano la conoscenza dell'architettura dell'informazione e dei processi di funzionamento delle principali tecniche comunicative, tradizionali e innovative. Parimenti è indispensabile che imparino strumenti e tecniche di ricerca sociale, per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni psicologici, economici e socio-culturali. Le attività didattiche prevedono l'acquisizione di concetti fondamentali dell'informatica, della psicologia sociale, dell'analisi dei dati e dell'economia politica.

3) Nell'ambito delle discipline sociali, gli studenti e le studentesse sviluppano conoscenze teoriche sulle dinamiche economiche, sociali e psicologiche che sottendono alle diverse forme della comunicazione (interpersonale e mediata). Acquisiscono altresì conoscenze fondamentali riguardanti modelli di organizzazione aziendale, di gestione delle risorse umane e di strategie di marketing. Le attività didattiche sono orientate alla comprensione del contesto socioculturale ed economico in cui tali fenomeni comunicativi si inseriscono e da cui prendono origine.

4) Nell'ambito dei linguaggi dei media, gli studenti e le studentesse sviluppano conoscenze riguardanti il contesto storico e giuridico in cui si realizzano i fenomeni medialti e comunicativi. Approfondiscono inoltre la struttura e i meccanismi di costruzione, percezione e diffusione dei prodotti comunicativi, anche attraverso i nuovi media, nuove forme di narritività e di multimedialità. Le attività didattiche sono orientate all'acquisizione della conoscenza della storia, della teoria e della cultura dei media, del loro funzionamento sia sotto il profilo dell'ideazione e della costruzione delle nuove forme di testualità che essi diffondono e del nesso con il pubblico di riferimento, sia sotto il profilo della produzione e organizzazione strategica dell'intero processo comunicativo. Particolare attenzione è rivolta all'analisi della comunicazione visiva e delle varie forme di audiovisivo, dal cinema alla serialità narrativa.

Le attività didattiche con cui gli obiettivi descritti vengono conseguiti consistono in lezioni frontali e laboratori tematici, integrati con esercitazioni e attività seminariali. Gli esami di profitto, la presentazione di project work (anche di gruppo) e la valutazione delle esercitazioni in itinere permetteranno di valutare il conseguimento di tali obiettivi, come anche delle competenze trasversali e soft skills indispensabili in ambito lavorativo, tra cui l'attitudine al lavoro di gruppo e l'abilità di comunicare in modo efficace.

applicare conoscenza e comprensione	<p>La capacità di applicare conoscenza e comprensione viene acquisita attraverso strumenti differenti, in coerenza con le specificità disciplinari, i contenuti e gli obiettivi formativi.</p> <p>Costituiscono una capacità applicativa di conoscenza e comprensione sia l'analisi semiotica, linguistica e sociologica di casi concreti e fenomeni comunicativi, sia la redazione di testi scritti e la preparazione di esposizioni orali, in italiano e in una lingua straniera. Per quanto riguarda l'area d'apprendimento di metodologia e tecniche della comunicazione, gli studenti e le studentesse sono invitati a: progettare e gestire prodotti informativi e comunicativi, con particolare attenzione ai prodotti innovativi e multimediali; utilizzare consapevolmente strumenti e tecniche di ricerca impiegati dalle scienze sociali per la comprensione e rappresentazione dei fenomeni economici, psicologici, sociali e culturali; progettare questionari e utilizzare strumenti di lettura dei dati. Nell'area di comunicazione d'impresa, gli studenti e le studentesse imparano a identificare i modelli di organizzazione aziendale e le strategie di marketing e pubblicitarie, oltreché ad applicare le conoscenze acquisite nell'allestimento e cura della comunicazione all'interno di molteplici forme organizzative. Infine, nell'area di linguaggi dei media, le attività didattiche consentono di acquisire le capacità di utilizzare gli strumenti comunicativi più sofisticati legati ai nuovi media, all'editoria multimediale, come anche di ideare prodotti comunicativi transmediali e multimediali (pagine web, reti digitali, game design, ecc.).</p> <p>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.</p>	
--	--	--

Area: Conoscenze di base

Conoscenza e comprensione

L'area delle Conoscenze di base deve consentire ai laureati in Scienze della Comunicazione di acquisire:

- conoscenze teoriche di base per comprendere la comunicazione dal punto di vista sociologico e semiotico;
- 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 delle Conoscenze di base deve consentire ai laureati in Scienze della Comunicazione di:

- analizzare i fenomeni comunicativi dal punto di vista sociologico e semiotico;

- 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](#)

Il lingua straniera-francese [url](#)

Il lingua straniera-tedesco [url](#)

Laboratorio di scrittura [url](#)

Lingua e storia umana [url](#)

Lingua inglese A [url](#)

Lingua inglese B [url](#)

Linguistica [url](#)

Semiotica [url](#)

Sociologia [url](#)

Tecnologia della comunicazione [url](#)

Area: Metodologie e tecniche della comunicazione

Conoscenza e comprensione

L'area di Metodologie e tecniche della comunicazione deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di acquisire:

- conoscenze dell'architettura dell'informazione e dei processi di funzionamento delle principali tecniche comunicative, tradizionali e innovative;
- conoscenze di strumenti e tecniche di ricerca per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni economici, sociali e culturali;
- conoscenze di strumenti e tecniche di ricerca sociale, per la comprensione dei fenomeni psicologici.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Metodologie e tecniche della comunicazione deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- comprendere, progettare e gestire i prodotti informativi e comunicativi, con particolare attenzione ai prodotti innovativi e multimediali;
- utilizzare consapevolmente strumenti e tecniche di ricerca abitualmente impiegati nelle scienze sociali per la comprensione e la rappresentazione di fenomeni economici, sociali e culturali;
- utilizzare consapevolmente strumenti e tecniche di ricerca sociale, per la comprensione dei fenomeni psicologici (per es. progettazione di questionari e strumenti di lettura dei dati).

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

Economia politica e società della conoscenza [url](#)

Laboratorio di comunicazione multimediale [url](#)

Psicologia sociale [url](#)
Sociologia della comunicazione [url](#)
Storia, teoria e cultura dei media [url](#)

Area: Comunicazione d'Impresa

Conoscenza e comprensione

L'area Comunicazione d'impresa deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di acquisire:

- conoscenze delle principali caratteristiche del contesto socioculturale dal punto di vista economico, giuridico, sociologico e psicologico;
- conoscenze teoriche di base per comprendere la comunicazione dal punto di vista organizzativo e della gestione strategica;
- conoscenze di modelli di organizzazione aziendale e di strategie di marketing e pubblicitarie.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Comunicazione d'impresa deve consentire ai laureati in Scienze della comunicazione di:

- contestualizzare i processi comunicativi e socioculturale dal punto di vista economico, giuridico, 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;
- identificare i modelli di organizzazione aziendale e le strategie di marketing e pubblicitarie.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

Fondamenti di economia aziendale [url](#)

Laboratorio di comunicazione pubblicitaria [url](#)

Marketing e comunicazione [url](#)

Organizzazione e risorse umane [url](#)

Psicologia delle decisioni [url](#)

Area: Linguaggi dei media

Conoscenza e comprensione

L'area Linguaggi dei media deve consentire ai laureati in Scienze della Comunicazione di acquisire:

- conoscenze del contesto storico e giuridico in cui si realizzano i fenomeni mediali e comunicativi;
- conoscenze del linguaggio dei media e delle nuove forme di narrazione, di comunicazione visiva e audiovisiva;
- conoscenza dei fenomeni di transmedialità e di comunicazione multimediale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area Linguaggi dei media deve consentire ai laureati in Scienze della Comunicazione di:

- analizzare i principali processi mediali e comunicativi nel contesto storico e giuridico in cui si collocano;
- comprendere, ideare e analizzare i testi mediali e le nuove forme di narrazione, con particolare attenzione ai testi visivi ed audiovisivi;
- comprendere e ideare prodotti comunicativi transmediali e multimediali (pagine web, reti digitali, game design ecc.).

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

Laboratorio di scritture mediali [url](#)

Psicologia dei media digitali [url](#)

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

Teorie della narratività [url](#)

Visual and Media Studies [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

<p>Autonomia di giudizio</p>	<p>I laureati e le laureate in Scienze della Comunicazione devono essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - costruire forme di rilevamento e monitoraggio delle attività comunicative nei diversi ambienti organizzativi; - leggere e interpretare testi, indici e dati relativi ai diversi aspetti comunicativi, in riferimento sia al piano organizzativo sia al piano socio-culturale; - interpretare e commentare testi, indici e dati in chiave statistica, linguistica, socio-psicologica e semiotica. <p>La capacità degli studenti e delle studentesse di maturare ed esprimere autonomia di giudizio è conseguita attraverso la multidisciplinarietà del corso che consente di affrontare secondo prospettive teoriche differenti i fenomeni sociali, economici, psicologici e culturali rilevanti per la gestione dei processi e delle strategie della comunicazione. Gli studenti e le studentesse acquisiscono tecniche e strumenti di analisi e valutazione di dati e forme testuali 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 di studenti e studentesse.</p> <p>L'autonomia di giudizio è verificata attraverso la valutazione del contributo apportato nei momenti di discussione, nonché attraverso la valutazione delle esercitazioni e della prova finale.</p>	
<p>Abilità comunicative</p>	<p>I laureati e le laureate in Scienze della Comunicazione devono essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizzare e adeguare dati e informazioni in modo da facilitarne la diffusione e la comprensione; 	

- allestire forme comunicative (per es. pagine web, testi multimediali o cartacei) con funzioni di interfaccia tra organizzazioni o istituzioni e pubblico;
- coadiuvare organizzazioni e istituzioni nella comunicazione pubblica;
- coadiuvare organizzazioni e istituzioni nella gestione della comunicazione interna (tra uffici, sezioni, divisioni ecc.).

Il corso di laurea fornisce 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 e l'uso corretto, sia in contesti specialistici sia in contesti non specialistici, della terminologia tecnica in ciascuna disciplina, anche attraverso discussioni e/o presentazioni sia individuali che di gruppo. In particolare, lo svolgimento delle differenti attività formative stimola l'interazione tra gli studenti al fine di migliorarne le abilità argomentative. Inoltre, gli insegnamenti delle lingue straniere e l'opportunità di partecipare ai programmi di mobilità con altri Paesi europei garantiscono il perfezionamento delle abilità comunicative. Per il superamento della prova finale gli studenti e le studentesse producono infine un elaborato in cui dimostrano competenze adeguate nella comunicazione scritta.

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.

Capacità di apprendimento

La formazione dei laureati e delle laureate in Scienze della Comunicazione è tale da garantire agli studenti e alle studentesse 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.

La capacità di apprendimento maturata è valutata attraverso tutte le attività di rielaborazione dei saperi acquisiti, in modo particolare attraverso le esercitazioni previste nei laboratori e in alcuni corsi e attraverso la prova finale.



QUADRO A1.a

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

21/01/2025

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.

L'evoluzione del contesto socio-economico e del fabbisogno di competenze espresso dalle aziende negli ultimi anni ha suggerito la revisione dell'ordinamento didattico del corso di studi per aggiornare il profilo formativo e le competenze in uscita dei laureati e delle laureate, assicurandone l'attualità e la validità prospettica. La revisione è stata effettuata in collaborazione con il Comitato d'Indirizzo che si è riunito il 31 maggio 2024 e l'8 gennaio 2025 con il compito di verificare, modificare e perfezionare le conoscenze e le competenze proposte dal corso di studi nell'ordinamento didattico e nell'offerta formativa.



QUADRO A1.b

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

01/04/2025

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.

L'evoluzione del contesto socio-economico e del fabbisogno di competenze espresso dalle aziende negli ultimi anni ha suggerito la revisione dell'ordinamento didattico del corso di studi per aggiornare il profilo formativo e le competenze in uscita dei laureati e delle laureate, assicurandone l'attualità e la validità prospettica. La revisione è stata effettuata in collaborazione con il Comitato d'Indirizzo che si è riunito il 31 maggio 2024 e l'8 gennaio 2025 con il compito di verificare, modificare e perfezionare le conoscenze e le competenze proposte dal corso di studi nell'ordinamento didattico e nell'offerta formativa.

Nella riunione del 2025 i membri del Comitato di indirizzo esprimono apprezzamento per le modifiche apportate nella revisione dell'offerta e osservano che i profili professionali identificati recepiscono i suggerimenti forniti dal Comitato nel corso di precedenti riunioni. Viene altresì espresso apprezzamento in merito alle competenze informatiche, approfondimenti in tema di sostenibilità, attenzione alle soft skill, gli insegnamenti di lingua straniera e il livello di conoscenza della lingua inglese previsto (B2), inteso a favorire l'internazionalizzazione e a migliorare le opportunità di mobilità e occupazione degli studenti in contesti globalizzati. Ugualmente importanti sono considerate le attività finalizzate a incentivare l'acquisizione di abilità comunicative, inclusa l'inclusione di laboratori di scrittura.

Link: <https://www.dce.unimore.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. Addetto alla comunicazione multimediale e digitale in aziende culturali e creative.

funzione in un contesto di lavoro:

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

- Organizzare e gestire le relazioni con il pubblico e la comunicazione nel contesto delle organizzazioni (pubblicità, eventi, pubbliche relazioni, comunicazione pubblica);
- Organizzare le reti comunicative interne alle organizzazioni;
- Coadiuvare le attività di marketing e di analisi di mercato;
- Ricerca, redazione e organizzazione di contenuti e servizi online o off-line;
- Ideare o collaborare alla progettazione di sistemi informativi multimediali online;
- Ideare e redigere testi su ogni tipo di supporto, tradizionale e multimediale.

competenze associate alla funzione:

- Conoscenza dei fondamenti disciplinari indispensabili alla comprensione del funzionamento delle aziende e delle organizzazioni pubbliche e private;
- Conoscenza di modelli e processi comunicativi, di tecniche di elaborazione dell'informazione e di analisi dei dati;

- Capacità di ideare, organizzare e gestire i flussi comunicativi nelle organizzazioni;
- Proprietà di linguaggio e di scrittura della lingua italiana. Conoscenza delle lingue straniere;
- Conoscenza delle principali tecniche di ricerca sociale e capacità di declinare i processi comunicativi nell'ambito dei fenomeni culturali, dalla psicologia alla sociologia e alla semiotica;
- Conoscenza dei fondamenti disciplinari riguardanti storia e teoria dei media, nuove forme di narrazione e comunicazione multimediale.

sbocchi occupazionali:

- Piccole, medie e grandi imprese, pubbliche e private
- Enti locali e pubblica amministrazione
- Organizzazioni nel settore dell'editoria, della pubblicità e dell'industria culturale e creativa
- Istituzioni e associazioni pubbliche e private



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

12/01/2025

Per essere ammessi al Corso di laurea in Scienze della Comunicazione 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 della lingua italiana, della vita pubblica ed istituzionale recente e adeguate capacità di ragionamento logico. E' prevista una verifica obbligatoria delle conoscenze individuali all'accesso. Se la verifica non è positiva, sono previsti specifici obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare nel primo anno di corso.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

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.


Nell'anno accademico 2025-26 l'immatricolazione e l'iscrizione al corso di studio 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. Sulla base di quanto previsto dal D.M. 270/04 al momento dell'accesso è richiesto, inoltre, il possesso di una adeguata preparazione iniziale.

La preparazione iniziale degli studenti viene verificata attraverso la valutazione del voto finale di maturità, pari o superiore a 85/100, e il test TOLC-SU, erogato dal Consorzio Interuniversitario Sistemi Integrati per l'Accesso (CISIA), stabilendo il valore soglia per il quale il livello di preparazione si considera adeguato per affrontare il percorso di studi. Il superamento del valore soglia del TOLC-SU consente l'iscrizione al corso di laurea senza attribuzione di Obblighi Formativi Aggiuntivi. Qualora venissero attribuiti, invece, Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA), questi dovranno essere colmati entro il primo anno di corso, secondo le modalità pubblicate sul sito del corso di laurea. Informazioni dettagliate sulle modalità di attribuzione degli Obblighi Formativi Aggiuntivi e sull'iscrizione sono pubblicate al seguente link:


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

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

 **QUADRO A4.d** | **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

12/01/2025

Nel corso di Scienze della Comunicazione le attività affini e integrative hanno un duplice scopo: fornire un approfondimento delle competenze linguistiche riguardanti la scrittura e l'espressione orale nella lingua italiana; completare la conoscenza degli strumenti comunicativi facendo acquisire agli studenti e alle studentesse competenze pratiche nella realizzazione di prodotti multimediali.

 **QUADRO A5.a** | **Caratteristiche della prova finale**

12/01/2025

La prova finale consiste nella redazione di un elaborato che prevede la discussione di un argomento o di un progetto, oppure nella redazione di una relazione sull'esperienza di stage o laboratoriale svolta. Il corso di laurea è infatti progettato per offrire ai laureandi e alle laureande differenti modalità di conclusione del percorso di studi. Essi potranno: 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.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

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-general/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/calendario-delle-attivit>

▶ 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.	SPS/09	Anno di corso 1	Economia politica e società della conoscenza link	DURAZZI NICCOLÒ CV	PA	9	72	
2.	L-LIN/12	Anno di	Lingua inglese A link	BAGNI MARCO CV	ID	6	48	

		corso 1						
3.	L- LIN/01	Anno di corso 1	Linguistica link	IRIMIA MONICA ALEXANDRINA CV	PA	9	72	
4.	M- PSI/05	Anno di corso 1	Psicologia sociale link	GRAZIANI ANNA RITA CV	PA	9	72	
5.	M- FIL/05	Anno di corso 1	Semiotica link	BIANCHI CINZIA CV	PA	9	72	
6.	SPS/08	Anno di corso 1	Sociologia link	CODELUPPI VANNI CV	PO	9	72	
7.	L- ART/06	Anno di corso 1	Storia, teoria e cultura dei media link	TAGLIANI GIACOMO CV	PA	6	48	
8.	SECS- S/05	Anno di corso 2	Analisi dei dati per la ricerca sociale link			6		
9.	SECS- P/07	Anno di corso 2	Fondamenti di economia aziendale 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- ART/06 M- FIL/05 SPS/08	Anno di corso 2	Laboratorio di scrittura link			12		
13.	L- LIN/12	Anno di corso 2	Lingua inglese B link			6		

14.	M- FIL/05	Anno di corso 2	M1 - Laboratorio di scrittura (<i>modulo di Laboratorio di scrittura</i>) link	3
15.	M- FIL/05	Anno di corso 2	M2 - Laboratorio di scrittura (<i>modulo di Laboratorio di scrittura</i>) link	3
16.	SPS/08	Anno di corso 2	M3 - Laboratorio di scrittura (<i>modulo di Laboratorio di scrittura</i>) link	3
17.	L- ART/06	Anno di corso 2	M4 - Laboratorio di scrittura (<i>modulo di Laboratorio di scrittura</i>) link	3
18.	M- PSI/05	Anno di corso 2	Psicologia dei media digitali link	6
19.	M- PSI/05	Anno di corso 2	Psicologia delle decisioni link	6
20.	SPS/08	Anno di corso 2	Sociologia della comunicazione link	6
21.	INF/01	Anno di corso 2	Tecnologia della comunicazione link	9
22.	M- FIL/05	Anno di corso 2	Teorie della narritività link	6
23.	IUS/01	Anno di corso 3	Diritto dell'informazione e della comunicazione link	6
24.	INF/01 SPS/08	Anno di corso 3	Laboratorio di comunicazione multimediale link	12
25.	M- FIL/05	Anno di	Laboratorio di comunicazione pubblicitaria link	3

		corso 3		
26.	L- ART/06	Anno di corso 3	Laboratorio di scritture mediali link	3
27.	L- LIN/01	Anno di corso 3	Lingua e storia umana link	6
28.	INF/01	Anno di corso 3	M1 - Laboratorio di comunicazione multimediale (<i>modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale</i>) link	6
29.	SPS/08	Anno di corso 3	M2 - Laboratorio di comunicazione multimediale (<i>modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale</i>) link	6
30.	SECS- P/08	Anno di corso 3	Marketing e comunicazione link	9
31.	SECS- P/10	Anno di corso 3	Organizzazione e risorse umane link	6
32.	L- ART/06	Anno di corso 3	Semiotica del cinema e dei media link	6
33.	NN	Anno di corso 3	Tirocinio link	9
34.	SPS/08	Anno di corso 3	Visual and Media Studies 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>

▶ 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).

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).

16/05/2024

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 laurea triennale, 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)

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. 16/05/2024

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

i

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 EuropÃ©enne-INSEEC Group		23/12/2019	solo italiano
10	Francia	INSEEC Grande Ecole		11/11/2013	solo italiano
11	Francia	Universite Paris CitÃ©		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at Giessen	21/11/2013	solo italiano
15	Germania	Technische Universitat 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 Gora	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

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

17/05/2024

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

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. 15/06/2024

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 oltre la metà degli indicatori l'80% di risposte positive. Tra le valutazioni più basse troviamo gli indicatori D01 (conoscenze pregresse) con il 71,0% delle valutazioni positive; D06 (interesse per la materia) con circa il 77% di giudizi positivi; D14 (soddisfazione complessiva) con il 77% di giudizi positivi, D09 (coerenza insegnamento-programma) con il 77,4% di giudizi positivi; D15 (carico di studio complessivo) con il 75,5% di giudizi positivi. 15/09/2025

Complessivamente le valutazioni degli studenti sono positive ma la soddisfazione è diminuita leggermente su alcuni indicatori che pure si attestano tra il 76,8% (D06: abilità di stimolare l'interesse per la disciplina) e l'89% (D05: orari di svolgimento delle lezioni).

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

La soddisfazione complessiva per il corso di laurea in Scienze della Comunicazione espressa dai laureati nel ^{04/09/2025} 2024 raggiunge il 87% di giudizi positivi ('Decisamente sì' e 'Più sì che no'), in linea con la media della classe di laurea sia a livello nazionale che nella stessa area geografica (89%). Continuano ad essere molto favorevoli i giudizi sul rapporto con i docenti (93%, in aumento), sul materiale didattico (96%), sull'organizzazione degli esami (78% di giudizi positivi), sull'adeguatezza delle aule (95%) e delle attrezzature (99%), sull'esperienza di tirocinio (92%, in lieve diminuzione). Rimane critico il dato dell'esperienza di studio all'estero sebbene in leggero miglioramento (15%), e peraltro superiore ai dati di area geografica e nazionali. Gli studenti che hanno potuto usufruire di questo servizio si dichiarano comunque ampiamente soddisfatti dell'esperienza (92%) 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 il numero, tuttavia inferiore rispetto all'anno precedente, di studenti e neo-laureati che hanno usufruito dei servizi (tra il 49% e il 54%), si dichiarano soddisfatti dell'orientamento allo studio post-laurea il 69% e dell'orientamento al lavoro il 74%, con valutazione positiva dei servizi di sostegno al lavoro pari al 78% dei servizi offerti dall'Ufficio Placement pari al 77%.

Viene valutata positivamente l'adeguatezza del carico di studi rispetto al corso di studi (89%), in linea con la rilevazione del 2022.

Si attesta invece ancora al 52% (contro il 51% del 2022) la risposta riguardante la possibile re-iscrizione allo stesso CdS. 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/dati-cds/articolo56071182.html>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

04/09/2025

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 avvisi 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.

Con l'abolizione del numero programmato, nel 2024/25 gli immatricolati sono stati 360 (276 nuovi immatricolati al SU), ampiamente superiore alle medie regionali e nazionali. L'indicatore relativo alla quota degli immatricolati da fuori regione è salito al 20,3% (vicino all'indicatore nazionale ma ancora inferiore all'indicatore per area geografica).

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 al dato peggiore monitorato negli anni.

Gli abbandoni tra primo e secondo anno nel 2023/24 sono stati pari al 31,9% (IC14), in netto miglioramento rispetto al 2022/23 (50%), ed è in leggero miglioramento la percentuale di studenti che si iscrivono al II anno avendo conseguito 2/3 dei cfu previsti per il primo anno (45,1%; IC16bis), come anche la percentuale degli studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 cfu nell'a.s. (45,3% IC01). Gli abbandoni a partire dal II anno sono pari al 42,7%, contro il 50,7% del 2022/23). Si tratta di dati ancora non allineati con le medie di area geografica e nazionali. Non migliorano tuttavia i dati riguardanti la percentuale di laureati entro la durata normale del corso o a un anno oltre la durata normale del corso (nel 2023/24 l'indicatore IC02 è al 47,2%, l'IC17 al 36,8%). E' in netto miglioramento invece l'indicatore IC22, relativo alla percentuale di immatricolati che si laureano nel CdS entro la durata normale del corso (da 25,4% a 38,1%).

Continuano a migliorare i dati riguardanti i CFU conseguito all'estero (IC10, 3,5%), superiori alle medie regionali e nazionali.

I dati relativi alla sostenibilità del corso di studio indicano incrementi percentuali: 83% per l'indicatore IC19, relativo alla docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato; 59,8% per l'IC27, (rapporto studenti iscritti/docenti); oltre 100% per l'indicatore IC28 (rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti).

Descrizione link: Dati Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Link inserito: <https://www.presidioqualita.unimore.it/site/home/area-riservata/dati-cds/articolo56071182.html>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

04/09/2025

La spendibilità del titolo di studio continua a rimanere superiore alla media regionale e nazionale della classe di laurea e si attesta nel 2023 al 59% degli occupati a un anno dal conseguimento del titolo, in aumento rispetto al 2022 (51%) e vicino al tasso occupazionale più alto registrato (2021: 62%). Anche adottando le definizioni ISTAT di occupazione e disoccupazione, il tasso di occupazione negli ultimi anni si è mantenuto superiore al 48-50%. Si tratta di dati migliori della stessa classe di laurea a livello nazionale e regionale. Gli occupati che non proseguono gli studi magistrali (41% dei neolaureati) hanno trovato lavoro prevalentemente in Emilia Romagna (circa l'80%) e Nord (17%) con una retribuzione piuttosto bassa (1.079 euro mensili nel 2023 per le femmine e 1.291 euro per i maschi).

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. I dati sono leggermente migliori di quelli relativi ai laureati della stessa classe di laurea a 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. Come prevedibile, questa è 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/dati-cds/articolo56071182.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 2024. Hanno risposto al questionario 74 responsabili aziendali del tirocinio su un totale di 79 tirocini attivati.

15/09/2025

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 l'83% dei rispondenti quando si tratta dei servizi di attivazione e gestione del tirocinio (complessivamente un giudizio positivo del 95% dei rispondenti), da circa l'89% (su un totale di giudizi positivi del 99%) riguardo all'attività complessiva del tirocinante, da circa l'82% (sul 99% totale) riguardo al raggiungimento degli obiettivi formativi e del 90% (su 99%) 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 durante il tirocinio, ad esempio competenze tecnico-professionali e nell'uso di strumenti o dispositivi specifici, e capacità di lavorare per obiettivi (circa 95%), o capacità di lavorare in gruppo (circa 97%).

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: SCO 2024 - Opinioni enti e imprese su tirocini



▶ 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 R - 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/servizi/tasse-e-benefici
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Corsi interateneo R²D

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	CACCHIANI Silvia
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/L1	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.	DMCRRT89C67G942E	DE MICHELE	Roberta	INF/01	01/B1	ID	1	
5.	DRZNCL85H10I608F	DURAZZI	Niccolo	SPS/09	14/D1	PA	1	
6.	DSUNLM66E07A703L	DUSI	Nicola Maria	L-ART/06	10/C1	PA	1	
7.	MNTFRC62P10A944M	MONTANARI	Federico	SPS/08	14/C2	PA	1	
8.	MNTMNL72A61Z133T	MONTANGERO	Manuela	INF/01	01/B1	PA	1	
9.	PNRMSM71T14H223T	PANARARI	Massimiliano	SPS/08	14/C2	PA	1	

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Scienze della comunicazione



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
BORGHI	Cristian Camilo		
BUFFALO SPINASSI	Santino		
D'AMICO	Maria		
PACIULLI	Rossella		
SELMI	Chiara		
TCHIGMOU PADJOUO	Karole Bright		
VEZZANI	Lorenzo		
VODARICI	Sorin Alin		



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BIANCHI	CINZIA
BORGHI	CRISTIAN CAMILO
CACCHIANI	SILVIA
DALL'AGLIO	ALICE
GRAZIANI	ANNA RITA
GUARDIANO	CRISTINA
MONTANARI	FEDERICO
REGNOLI	DANIELA
VEZZANI	LORENZO



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
DUSI	Nicola Maria		Docente di ruolo

CACCHIANI	Silvia	Docente di ruolo
IRIMIA	Monica Alexandrina	Docente di ruolo
RAZZOLI	Damiano	Docente di ruolo
GUIDETTI	Margherita	Docente di ruolo
GUARDIANO	Cristina	Docente di ruolo

► Programmazione degli accessi

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

► Sede del Corso

Sede: 035033 - REGGIO EMILIA Allegri 9 42100	
Data di inizio dell'attività didattica	12/09/2025
Studenti previsti	250

► Eventuali Curriculum

Linguaggi dei media	3-305^2025^3-305-1^246
Comunicazione d'impresa	3-305^2025^3-305-2^246

► Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
DUSI	Nicola Maria	DSUNLM66E07A703L	REGGIO EMILIA
CACCHIANI	Silvia	CCCCLV74L55G702W	REGGIO EMILIA
DE MICHELE	Roberta	DMCRRT89C67G942E	REGGIO EMILIA
PANARARI	Massimiliano	PNRMSM71T14H223T	REGGIO EMILIA
MONTANARI	Federico	MNTFRC62P10A944M	REGGIO EMILIA
BIANCHI	Cinzia	BNCCNZ64D43B509H	REGGIO EMILIA
DURAZZI	Niccolo	DRZNCL85H10I608F	REGGIO EMILIA
BAGNI	Marco	BGNMRC76S07H223R	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
DUSI	Nicola Maria	REGGIO EMILIA
CACCHIANI	Silvia	REGGIO EMILIA
IRIMIA	Monica Alexandrina	REGGIO EMILIA
RAZZOLI	Damiano	REGGIO EMILIA
GUIDETTI	Margherita	REGGIO EMILIA
GUARDIANO	Cristina	REGGIO EMILIA



Altre Informazioni

R^aD



Codice interno all'ateneo del corso 3-305^2025^PDS0-2025^246

Massimo numero di crediti riconoscibili 48 max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

Numero del gruppo di affinità 1



Date delibere di riferimento

R^aD



Data di approvazione della struttura didattica 14/01/2025

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione 21/02/2025

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

R^{AD}



Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]

R²D

▶ Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	035033	2024	172501905	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	035033	2024	172501906	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	035033	2023	172501149	Digital Humanities <i>semestrale</i>	L-ART/06	Giacomo TAGLIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-ART/06	48
4	035033	2023	172501153	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	035033	2025	172504309	Economia politica e società della conoscenza <i>semestrale</i>	SPS/09	Docente di riferimento Niccolo DURAZZI CV <i>Professore Associato confermato</i>	SPS/09	72
6	035033	2024	172501924	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
7	035033	2024	172501925	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
8	035033	2024	172504314	Information literacy <i>semestrale</i>	M-STO/08	Matteo RINALDINI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SPS/09	16
9	035033	2025	172504316	Lingua inglese A <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Docente di riferimento Marco BAGNI CV <i>Attività di insegnamento</i>	L-LIN/12	48

(art. 23 L.
240/10)

10	035033	2024	172501934	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	035033	2025	172504318	Linguistica <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Monica Alexandrina IRIMIA CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-LIN/01	72
12	035033	2023	172501156	M1-Laboratorio di comunicazione multimediale (modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale) <i>semestrale</i>	ICAR/13	Damiano RAZZOLI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SPS/08	48
13	035033	2023	172501157	M2-Laboratorio di comunicazione multimediale (modulo di Laboratorio di comunicazione multimediale) <i>semestrale</i>	INF/01	Marco FURINI CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	INF/01	48
14	035033	2023	172501160	Marketing e comunicazione <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Ilaria BAGHI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	40
15	035033	2023	172501160	Marketing e comunicazione <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Silvia GRAPPI CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	32
16	035033	2024	172501956	Organizzazione e risorse umane <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Annachiara SCAPOLAN CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	48
17	035033	2023	172501168	Psicologia delle decisioni <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Margherita GUIDETTI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-PSI/05	48
18	035033	2025	172504358	Psicologia sociale <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Anna Rita GRAZIANI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-PSI/05	72
19	035033	2025	172504359	Semiotica <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Cinzia BIANCHI CV <i>Professore</i>	M-FIL/05	72

Associato (L.
240/10)

20	035033	2023	172501169	Semiotica del cinema e dei media <i>semestrale</i>	L-ART/06	Docente di riferimento Nicola Maria DUSI CV Professore Associato (L. 240/10)	L-ART/06	72
21	035033	2025	172504361	Sociologia <i>semestrale</i>	SPS/08	Vanni CODELUPPI CV Professore Ordinario (L. 240/10)	SPS/08	72
22	035033	2024	172501964	Sociologia dell'innovazione <i>semestrale</i>	SPS/09	Matteo RINALDINI CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/09	72
23	035033	2024	172501963	Sociologia della comunicazione <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Massimiliano PANARARI CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	48
24	035033	2023	172501170	Storia del tempo presente <i>semestrale</i>	M-STO/04	Rocco D'ALFONSO CV		72
25	035033	2025	172504366	Storia, teoria e cultura dei media <i>semestrale</i>	L-ART/06	Giacomo TAGLIANI CV Professore Associato (L. 240/10)	L-ART/06	48
26	035033	2024	172501967	Tecnologia della comunicazione <i>semestrale</i>	INF/01	Docente di riferimento Roberta DE MICHELE CV Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	INF/01	32
27	035033	2024	172501967	Tecnologia della comunicazione <i>semestrale</i>	INF/01	Docente di riferimento Manuela MONTANGERO CV Professore Associato (L. 240/10)	INF/01	40
28	035033	2024	172501968	Teorie della narratività <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Ruggero RAGONESE CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	M-FIL/05	48
29	035033	2023	172501172	Tirocinio <i>semestrale</i>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Docente di riferimento Cinzia BIANCHI CV Professore	M-FIL/05	112.5

Associato (L.
240/10)

30	035033	2023	172501172	Tirocinio semestrale	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Docente di riferimento Silvia CACCHIANI CV Professore Associato (L. 240/10)	L-LIN/12	112.5
31	035033	2024	172501973	Visual and Media Studies semestrale	SPS/08	Docente di riferimento Federico MONTANARI CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	72
ore totali								1729

Navigatore Repliche

	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
--	------	-----------	--------------------------

PRINCIPALE



Curriculum: Linguaggi dei media

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica ↳ <i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	39	39	36 - 45
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>Linguistica (1 anno) - 9 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>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ <i>Sociologia (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	9 - 18
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro ↳ <i>Economia politica e società della conoscenza (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			57	45 - 63

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	<p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>Storia, teoria e cultura dei media (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>M4 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>Semiotica del cinema e dei media (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi</p> <hr/> <p>↳ <i>M1 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>M2 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>Teorie della narritività (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-S/05 Statistica sociale</p> <hr/> <p>↳ <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>M3 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>Sociologia della comunicazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	42	42	27 - 48
Scienze umane ed economico-sociali	<p>M-PSI/05 Psicologia sociale</p> <hr/> <p>↳ <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>Psicologia dei media digitali (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>Visual and Media Studies (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	24	24	24 - 36
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	<p>IUS/01 Diritto privato</p> <hr/> <p>↳ <i>Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	6	6	6 - 12

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)		
Totale attività caratterizzanti	72	57 - 96

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica ↳ <i>M1 - Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min 18
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>Lingua e storia umana (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ <i>M2 - Laboratorio di comunicazione multimediale (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	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3 - 3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	9 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	0 - 3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		33	30 -

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>Linguaggi dei media</i>:	180	150 - 216

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		

Curriculum: Comunicazione d'impresa

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica ↳ <i>Tecnologia della comunicazione (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	39	39	36 - 45
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>Linguistica (1 anno) - 9 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>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ <i>Semiotica (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	Discipline sociali e mediologiche			

SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
↳ <i>Economia politica e società della conoscenza (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)			
Totale attività di Base		57	45 - 63

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	30	30	27 - 48
	↳ <i>Storia, teoria e cultura dei media (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>M4 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ <i>M1 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i>			
	↳ <i>M2 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i>			
	SECS-S/05 Statistica sociale			
	↳ <i>Analisi dei dati per la ricerca sociale (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>M3 - Laboratorio di scrittura (2 anno) - 3 CFU - annuale - obbl</i>			
↳ <i>Sociologia della comunicazione (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>				
Scienze umane ed economico-sociali	M-PSI/05 Psicologia sociale	36	36	24 - 36
	↳ <i>Psicologia sociale (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>Psicologia delle decisioni (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SECS-P/07 Economia aziendale			
↳ <i>Fondamenti di economia aziendale (2 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>				

	<p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <p>↳ <i>Marketing e comunicazione (3 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p>			
	<p>SECS-P/10 Organizzazione aziendale</p> <p>↳ <i>Organizzazione e risorse umane (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	<p>IUS/01 Diritto privato</p> <p>↳ <i>Diritto dell'informazione e della comunicazione (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p>	6	6	6 - 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			72	57 - 96

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	<p>INF/01 Informatica</p> <p>↳ <i>M1 - Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p>	18	18	18 - 24 min 18
	<p>L-LIN/01 Glottologia e linguistica</p> <p>↳ <i>Lingua e storia umana (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p>			
	<p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <p>↳ <i>M2 - Laboratorio di comunicazione multimediale (3 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p>			
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	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3 - 3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	9 - 9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	0 - 3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		33	30 - 33

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

CFU totali inseriti nel curriculum *Comunicazione d'impresa*:

180

150 - 216

Navigatore Repliche

	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		



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			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	36	45	-
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	9	18	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:				-
Totale Attività di Base				45 - 63



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	48	-
Scienze umane ed economico-sociali	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	M-PSI/05 Psicologia sociale			
	SECS-P/06 Economia applicata			
	SECS-P/07 Economia aziendale			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	SECS-S/05 Statistica sociale	24	36	-
	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/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	M-STO/04 Storia contemporanea	6	12	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		
Totale Attività Caratterizzanti			57 - 96	



ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	

Attività formative affini o integrative

18

24

18

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	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	9	9
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		30 - 33	

**Riepilogo CFU**
R^aD

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

Range CFU totali del corso

150 - 216



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 potenziare alcune competenze di base ed ampliare le possibili applicazioni delle scienze della comunicazione ad ambiti quali i linguaggi dei media e la comunicazione d'impresa.

Sono stati modificati i seguenti intervalli:

Attività di base: ambito 'Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche', che passa da 27-36 a 36-45; ambito 'Discipline sociali e mediologiche', che passa da 12-18 a 9-18.

Attività caratterizzanti: ambito 'Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione', che passa da 27-39 a 27-48; ambito 'Scienze Umane ed economico-sociali' che passa da 30-42 a 24-36; invariato rimane l'ambito 'Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche' (6-12).

Invariato rimane anche l'intervallo relativo alle attività affini (18-24) e vengono leggermente potenziate le Altre attività, da 30 a 30-33.



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R^aD



Note relative alle attività di base

R^aD

I crediti selezionati per le attività di base intendono fornire conoscenze relative alle scienze semiotiche, linguistiche, informatiche, sociali e comunicative, oltretutto conoscenze e competenze relative alla lingua inglese.



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, delle discipline mediologiche e delle metodologie della ricerca sociale. L'intento è inoltre quello di offrire agli studenti e alle studentesse la possibilità di intraprendere percorsi formativi specifici, attraverso la scelta di completare la formazione di base con l'approfondimento di contenuti che spaziano dalle nuove forme di narritività alla semiotica dei media e agli studi sul visivo e l'audiovisivo; dall'economia e organizzazione aziendale alla comunicazione d'impresa e al marketing.



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 formative. Sempre all'interno delle ulteriori attività formative è prevista inoltre l'offerta di alcuni laboratori atti a fornire agli studenti e alle studentesse altre conoscenze utili all'inserimento nel mondo del lavoro.