

AMMINISTRAZIONE CENTRALE
AREA DIDATTICA E SERVIZI AGLI STUDENTI
UFFICIO OFFERTA FORMATIVA ED
ASSICURAZIONE DELLA QUALITA'

1222 · 2022
800
ANNI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Decreto Rep. Prot. n.
Anno 2020 Tit. III Cl. 2 Fasc. 4 All. n. 3

OGGETTO: Regolamento Didattico di Ateneo – Modifica di ordinamenti didattici di Corsi di studio.

IL RETTORE

Visti gli ordinamenti didattici ai sensi del DM 22 ottobre 2004, n. 270, del Corso di Laurea in Biotecnologie (L-2) emanato con decreto rettorale rep. 1748 del 22 giugno 2011 prot. 33445 e dei Corsi di Laurea Magistrale in Biologia marina (LM-6) emanato con decreto rettorale rep. 1166 del 30 aprile 2013 prot. 26521, in Molecular biology (LM-6) emanato con decreto rettorale rep. 1940 del 7 luglio 2018 prot. 218140;

Visti i decreti MIUR del 16 marzo 2007, relativi alla determinazione delle Classi delle Lauree e delle Lauree magistrali;

Visto il decreto MIUR del 7 gennaio 2019, n. 6, avente ad oggetto “Autovalutazione, valutazione, accreditamento iniziale e periodico delle sedi e dei corsi di studio”;

Vista la nota MIUR del 12 novembre 2019 n. 35426 “Banche Dati RAD e SUA-CdS per accreditamento corsi a.a. 2020-21. Indicazioni operative”;

Vista la delibera della Scuola di Scienze del 24 ottobre 2019 con la quale sono state proposte agli Organi Centrali le modifiche degli ordinamenti didattici dei su citati Corsi di studio;

Viste le delibere del Senato Accademico n. 120 del 10 dicembre 2019 e n. 5 dell'11 febbraio 2020, con le quali sono state approvate le modifiche ai suddetti ordinamenti didattici;

Vista la proposta di integrazione del Regolamento Didattico di Ateneo contenente gli ordinamenti didattici sopra elencati, trasmessa al MIUR dal Rettore con nota prot. 167773 del 24 marzo 2020;

Visti i rilievi resi dal CUN nell'adunanza del 4 marzo 2020 in merito ai corsi di studio su indicati e il successivo parere favorevole espresso dal CUN nell'adunanza del 16 aprile 2020, a seguito della riformulazione degli ordinamenti didattici;

Vista la nota MUR del 21 aprile 2020 con la quale si trasmette il provvedimento direttoriale che all'art. 2 decreta che il Rettore provvederà ad emanare con proprio decreto la modifica del Regolamento Didattico di Ateneo relativamente ai corsi di studio che hanno modificato l'ordinamento per l'a.a. 2020/2021;

Richiamato lo Statuto dell'Università degli Studi di Padova, emanato con decreto rettorale rep. n. 3276/2011, e modificato con decreto rettorale rep. n. 1664/2012, e in particolare l'art. 10 co. 2 lett. c;

Preso atto che la struttura proponente ha accertato la conformità del provvedimento alla legislazione vigente e ai Regolamenti di Ateneo;

La/II Responsabile del procedimento amministrativo	La/II Dirigente	Il Direttore Generale
Cristina Stocco	Andrea Grappeggia	Alberto Scuttari

DECRETA

1. di procedere ad integrare il Regolamento Didattico dell'Università degli Studi di Padova - Parte seconda, con i seguenti ordinamenti didattici:

L-2 – Biotecnologie

- Biotecnologie

LM-6 – Biologia

- Biologia marina
- Molecular biology

Gli ordinamenti didattici dei suddetti Corsi di studio sono quelli risultanti sul sito MIUR Banca Dati RAD. Sono inoltre allegati al presente decreto e ne costituiscono parte integrante;

2. che i Corsi di studio con i suddetti ordinamenti didattici possano essere attivati a partire dall'Offerta formativa 2021/2021, fatti salvi tutti gli effetti e i diritti degli studenti che si sono immatricolati ai corsi stessi;
3. di incaricare l'Ufficio Offerta formativa ed Assicurazione della qualità dell'esecuzione del presente provvedimento, che verrà registrato nel Repertorio Generale dei Decreti;

Padova, data della registrazione

Il Rettore
Rosario Rizzuto
firmato digitalmente ai sensi del d.lgs. 82/2005

La/Il Responsabile del procedimento amministrativo Cristina Stocco	La/Il Dirigente Andrea Grappeggia	Il Direttore Generale Alberto Scuttari
--	--	---

Università	Università degli Studi di PADOVA
Classe	LM-92 - Teorie della comunicazione
Nome del corso in italiano	Strategie di comunicazione <i>adeguamento di:</i> <i>Strategie di comunicazione (1402875)</i>
Nome del corso in inglese	Strategies in Communication.
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
Codice interno all'ateneo del corso	IF0315^2020^000ZZ^028060
Data di approvazione della struttura didattica	05/12/2019
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	11/02/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	10/01/2008 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	30/01/2008
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://didattica.unipd.it/didattica/2019/IF0315/2015
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	STUDI LINGUISTICI E LETTERARI (DISLL)
Massimo numero di crediti riconoscibili	6 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-92 Teorie della comunicazione

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- * possedere competenze teoriche e metodologiche di alto livello che consentano loro di contribuire all'analisi, alla progettazione e realizzazione di modelli e di prototipi comunicativi ai diversi livelli;
- * essere in grado di progettare studi e attività di ricerca nell'ambito della comunicazione;
- * essere in grado di comprendere la struttura e il funzionamento dei diversi mezzi di comunicazione;
- * avere padronanza dei saperi tecnici del software della comunicazione e delle competenze comunicative conseguenti.
- * possedere la padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione Europea oltre all'italiano.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono, con funzioni di elevata responsabilità:

- * nell'analisi, nell'ideazione e nella realizzazione di sistemi comunicativi integrati, con riferimento particolare ai nuovi mezzi di comunicazione;
- * nella comunicazione e diffusione della conoscenza, essendo in grado di promuovere e gestire l'uso delle nuove tecnologie a vari livelli, sia in enti pubblici sia in aziende private, oltre che in organizzazioni economiche di diverso tipo, come promotori e gestori dell'innovazione informativa e comunicativa.

Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea magistrale:

- * prevedono, fra i requisiti curriculari di accesso, almeno la conoscenza della lingua inglese e di attività pratiche informatiche;
- * comprendono attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze sui fondamenti della comunicazione e dell'informazione;
- * comprendono, garantendo la multidisciplinarietà delle conoscenze teoriche e critiche, approfondimenti finalizzati all'acquisizione di competenze di alto livello;
- * possono prevedere attività laboratoriali e/o di stage anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, istituti e aziende, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere);
- * culminano in un'attività di progettazione o di ricerca o di analisi, che dimostri la padronanza degli argomenti, nonché la capacità di operare in modo autonomo nel campo della comunicazione.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

La progettazione del CdS è stata effettuata nell'ambito di una rigorosa cornice di coordinamento, indirizzo e prevalutazione, condotta a livello complessivo di Ateneo. L'Ateneo ha adottato, con proprie linee guida cogenti, criteri di riferimento più stringenti rispetto a quelli definiti a livello nazionale (si veda <http://www.unipd.it/nucleo/relazioni/index.htm>).

Questa progettazione, basata su un'attenta analisi del pregresso, è finalizzata al superamento del più rilevante punto critico del precedente CdS (scarsa attrattività in particolare di uno dei curricula, che è stato ampiamente ridefinito). Il profilo del corso giustifica la decisione della sua istituzione interfacoltà. Il NVA conferma che il CdS da due Facoltà che assicurano la docenza necessaria e dispongono di strutture didattiche sufficienti.

La nuova proposta è adeguatamente motivata e sono chiaramente formulati gli obiettivi formativi che hanno ispirato la progettazione, basata anche su requisiti di qualità del CdS coerenti con standard europei. La struttura didattica del corso che prevede un ampio utilizzo di attività laboratoriali su postazioni personalizzate rende necessario il ricorso al numero programmato. Il NVA esprime dunque parere favorevole sulla proposta.

Relazione del nucleo di valutazione per accreditamento

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

La consultazione ha permesso un proficuo confronto tra le aspettative di professionalità espresse dai rappresentanti a livello regionale delle parti sociali e la proposta formativa rinnovata della laurea magistrale in Strategie di Comunicazione. Gli intervenuti hanno concordemente osservato che l'area della comunicazione oggi si evolve e si innova con eccezionale rapidità ed è quindi auspicabile una stretta interazione del corso di laurea con le esigenze del mondo economico, produttivo e dei servizi, per evitare l'obsolescenza dei contenuti appresi. I diversi soggetti hanno dichiarato interesse e collaborazione sia nell'ambito di progetti specifici sia nell'attività di orientamento degli studenti, troppo spesso incerti di fronte alla diverse offerte occupazionali o inconsapevoli di profili lavorativi emergenti.

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Il Comitato Regionale di Coordinamento delle Università del Veneto,

- considerate le funzioni attribuite dalla normativa vigente,
- esaminate le proposte degli Atenei del Veneto di istituzione di nuovi corsi di laurea e di laurea magistrale ai sensi del DM 270/2004 descritte nella documentazione RAD
- tenuto conto del parere espresso dai Nuclei di valutazione degli Atenei
- sentite e accolte le motivazioni addotte per l'istituzione dei corsi
- valutato che le proposte si inseriscono nell'ambito del piano di sviluppo della formazione universitaria del Veneto,

unanime esprime parere favorevole in merito all'istituzione, ai sensi del D.M. 270/2004, del Corso di Laurea magistrale in Strategie di comunicazione (classe LM-92) dell'Università degli Studi di Padova.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il corso di laurea magistrale in Strategie di comunicazione si pone l'obiettivo di formare laureati magistrali che abbiano acquisito solide competenze teoriche, metodologiche e pratiche nell'ambito della comunicazione. L'obiettivo è di formare laureati che siano in grado di: analizzare i bisogni comunicativi di imprese operanti nei vari settori di attività (privato, pubblico, non-profit); realizzare progetti e individuare strategie adeguate per rispondere a tali bisogni; sviluppare prodotti comunicativi come risultato dei processi di analisi e attuazione delle strategie individuate; progettare ed eseguire ricerche interdisciplinari sui temi della comunicazione; padroneggiare, anche dal punto di vista teorico, gli strumenti informatici e multimediali necessari allo sviluppo di progetti comunicativi; possedere un'articolata competenza di scrittura, anche tecnica; dominare una lingua dell'Unione Europea oltre all'italiano e conoscerne una seconda.

In particolare il corso prevede 3 percorsi formativi (2 prevalentemente in italiano ed uno in inglese) che sviluppano conoscenze e competenze specifiche nelle seguenti aree:

- (1) Informazione e Società, con un' enfasi sui processi di creazione e diffusione delle informazioni via web e le loro ripercussioni sulla società. Gli studenti verranno avviati ai processi di raccolta ed analisi di enormi quantità di dati digitali; indagheranno il ruolo dell'informazione trasmessa dai Social Media; studieranno il fenomeno delle 'fake news', come si formano le opinioni e il consenso, le pratiche comunicative di inclusione e di esclusione nella società.
- (2) Business e Marketing, con un' enfasi sull'acquisizione degli strumenti e delle competenze utili per diventare competitivi e far crescere le aziende e le attività commerciali, sulla base della comprensione delle trasformazioni operate dalla digitalizzazione, dall'avvento della multimedialità, delle tecnologie immersive e dalla possibilità di raccogliere e analizzare big data.
- (3) Multimedia and Technology, con un' enfasi sulla comprensione delle tecnologie che hanno modificato la produzione e la fruizione dei contenuti per l'utente, sia per scopi professionali che per gli usi nel privato. Questo permetterà agli studenti di comprendere e sviluppare processi strategici e prodotti comunicativi per la comunicazione del business e applicazioni per il tempo libero (arte, musica e spettacolo).

Il corso di laurea prevede 2 basi comuni con i seguenti insegnamenti caratterizzanti:

Base Comune 1 (ambito: Teorie e Tecniche dell'informazione e della Comunicazione): Computational thinking, Metodi linguistici di analisi dei testi, Nuovi media e cultura visuale, Metodi per la ricerca sociale, Linguistics for communication, Scrittura per i media.

Base Comune 2 (ambito: Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive): Psicologia della comunicazione, Digital culture and Society, Comunicazione integrata, Communication practices, diversity and inclusion.

A queste conoscenze professionalizzanti di base se ne aggiungono altre, da conseguirsi con insegnamenti di materie affini e integrative, distribuite nei 3 percorsi a scelta dello studente. Gli insegnamenti di materie affini e integrative sono così distribuiti nei 3 percorsi:

Informazione e Società

Comunicazione politica, comunicazione sociale, politica e social media, comunicazione e architettura delle decisioni, linguaggio multimediale (podcasting e videoinformazione), storia globale del lavoro, digital sociology, writing for the media in english, campaigning e consenso, forme e modi delle narrazioni, public speaking. Lingua francese/tedesca/spagnola a scelta.

Business e Marketing

Marketing avanzato, relazioni pubbliche, storia dell'impresa, persuasione e influenza sociale, linguaggio multimediale (podcasting e videoinformazione), writing for the media in english, immersive technologies, economic policy and local development, network analytics, diritto dell'internet. Lingua francese/tedesca/spagnola a scelta.

Multimedia and Technology (in inglese)

Texts as data, digital cinema and videomaking, network analytics, immersive technologies, sound design and music technology, digital sociology, writing for the media in english, technology and society, communicating the arts, mobile app design. Lingua francese/tedesca/spagnola a scelta.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

I laureati in Strategie di Comunicazione dovranno:

- sviluppare conoscenze e comprensione avanzate di concetti teorici e tecniche comunicative, comprendenti linguaggi, forme e modi caratterizzanti il mondo dell'informazione e della comunicazione;
- acquisire metodologie di ricerca ed analisi di dati testuali e big data;
- avere delle basi di programmazione;
- conoscere le caratteristiche della produzione multimediale;
- comprendere le relazioni tra informazione e società.

Attorno a queste conoscenze e competenze di base, i laureati in SGC dovranno aver sviluppato conoscenze interdisciplinari approfondite in uno dei 3 percorsi offerti dal Corso di Studi, ovvero relativamente agli ambiti di: Informazione e Società; Business e Management; Multimedia and Technology.

Modalità d'insegnamento/apprendimento: lezioni frontali a vocazione teorico-descrittiva con approfondimenti pratici con esercitazioni mirate alla realizzazione di progetti da svolgersi in aula o in laboratorio; incontri seminariali di analisi, produzione e progettazione di prodotti della comunicazione. Laboratori di tecniche comunicative mirate allo sviluppo di specifiche strategie di comunicazione. Il taglio di lezioni e seminari è spesso di tipo interdisciplinare, con rimandi ad argomenti trattati, da un diverso punto di vista, anche in altri insegnamenti, con lo scopo di favorire l'interdisciplinarietà. Alcuni insegnamenti tecnici e metodologici forniscono agli studenti le basi tecnologiche necessarie per la comprensione e l'implementazione di progetti di comunicazione innovativi.

Verifica delle conoscenze: esami orali e/o scritti, attraverso i quali si valutano la conoscenza dei materiali, la capacità di organizzare i pensieri, le abilità argomentative, la correttezza dell'esposizione orale o scritta. Questi apprendimenti si coniugano poi nell'elaborato finale, che mira a sviluppare l'autonomia nella ricerca, raccolta, organizzazione e analisi dei documenti analizzati, e dissertazione argomentativa.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

I laureati in Strategie di Comunicazione acquisiranno sia capacità critica relativamente alle teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione sia capacità progettuale. Dimostreranno capacità di scrivere ed analizzare testi orali e scritti, di analizzare ed interpretare big data, di interpretare i meccanismi di creazione e diffusione delle informazioni tramite i media, e di leggere i messaggi visuali. Sapranno applicare le conoscenze teoriche e pratiche acquisite per sviluppare una vasta gamma di progetti e strategie di comunicazione destinate all'uso di organizzazioni ed istituzioni pubbliche e private. Sapranno inoltre lavorare in team interdisciplinari per sviluppare prodotti per la comunicazione ad applicazioni multimediali e tecnologiche per finalità analitiche, commerciali e per il tempo libero.

Modalità di insegnamento/apprendimento: lezioni frontali, seminariali, laboratori multimediali, sviluppo di gruppo di progetti collaborativi e campagne di comunicazione. Stage presso aziende pubbliche e private e agenzie di comunicazione completano la formazione, permettono agli studenti di applicare le conoscenze teoriche e pratiche acquisite e introducono al mondo del lavoro.

Valutazione delle conoscenze e capacità: prove d'esame finale e/o prove intermedie per la verifica dell'acquisizione di nozioni puntuali; laboratori, esposizioni orali in classe; progetti di comunicazione da svolgere da soli o in gruppo. L'insieme delle conoscenze e delle abilità acquisite si manifesta congiuntamente nell'elaborato finale.

Autonomia di giudizio (making judgements)

I laureati in Strategie di Comunicazione devono saper fornire analisi di dati, processi ed eventi che tengano conto delle implicazioni teoriche e metodologiche del proprio lavoro, devono essere in grado di formulare in modo autonomo giudizi e di trarre conclusioni sostenute da argomentazioni e fonti affidabili. Nel corso del biennio magistrale gli studenti dovranno maturare capacità decisionali nell'ambito della selezione delle fonti e degli strumenti di ricerca, anche in vista di eventuali

scelte formative di livello superiore. Inoltre, dovranno essere in grado di decidere quali soluzioni multimediali e tecnologiche sono applicabili per diversi scopi comunicativi. Il percorso intende sviluppare le capacità valutative necessarie per l'inserimento nel mercato del lavoro e per affrontare con un elevato grado di autonomia problemi decisionali, comunicativi e organizzativi complessi.

Modalità di insegnamento/apprendimento

L'autonomia di giudizio si sviluppa nelle consistenti attività seminariali e laboratoriali in cui gli studenti elaborano, documentano ed espongono il proprio pensiero critico, discutendolo tra pari e con il docente e nella progettazione e sviluppo di prodotti comunicativi per la realizzazione dei quali gli studenti devono decidere quali approcci teorici, metodologici e tecnologici sono appropriati.

Verifica dell'autonomia di giudizio

L'autonomia di giudizio viene valutata periodicamente sia tramite elaborati personali a conclusione di lezioni, seminari e laboratori di tecniche comunicative, sia in prove scritte (tesine, report, ecc.) e orali (presentazioni in classe, esposizioni argomentate). Trova inoltre la sua espressione più ampia e articolata nell'elaborato finale, che mira a sviluppare capacità di riflessione critica trasversale nella ricerca, nella raccolta, nell'organizzazione e nella critica creativa di dati in ambiti interdisciplinari.

Abilità comunicative (communication skills)

La capacità di valutare e produrre forme di comunicazione nei diversi contesti è una competenza indispensabile per operare nel mondo della comunicazione e deve essere affrontata dal punto di vista dei vari ambiti disciplinari propri del corso di laurea. Nella progettazione e gestione dei processi comunicativi complessi, i laureati in Strategie di Comunicazione devono saper coniugare competenze specifiche, capacità critiche, strumenti di valutazione e doti creative; devono saper comunicare, condividere, elaborare, sintetizzare e argomentare conoscenze e risultati di ricerca in contesti di lavoro sia cooperativi che competitivi; devono saper gestire strutture testuali, multimediali e applicazioni tecnologiche in contesti disciplinari diversificati e conoscere le convenzioni della comunicazione scientifica.

Modalità di insegnamento/apprendimento

Le abilità comunicative vengono esercitate in modo continuativo attraverso la creazione di elaborati con esposizione e discussione collettiva dei lavori, lavori di gruppo o in attività seminariali con presentazioni individuali di fronte alla classe, progettazione di campagne di comunicazione, creazione di strategie di comunicazione applicate a diverse situazioni.

Verifica delle abilità comunicative

Prove pratiche di esposizione orale o di composizione scritta (dissertazione) mirano a verificare la padronanza di abilità comunicative. Laboratori e simulazioni globali danno luogo a valutazioni in itinere, sulla base dell'attività continuativa dello studente nell'attività proposta. La prova orale rimane fondata sulla fondamentale capacità organizzativa e argomentativa del discorso. Elaborati, prodotti di comunicazione strategica e campagne di comunicazione forniscono agli studenti l'opportunità di mettere in pratica le competenze apprese e di dimostrare la capacità di organizzare e integrare gli elementi che concorrono alla strategia comunicativa adottata. Confluenza e approdo di queste abilità comunicative è anche sempre l'elaborato finale, nei suoi requisiti di esposizione, organizzazione del discorso ed efficacia argomentativa e persuasiva.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato magistrale in Strategie di Comunicazione deve raggiungere un livello di apprendimento ed elaborazione critica delle tematiche della disciplina tale da consentirgli di organizzare lavoro, studio e ricerca in modo autonomo. Deve, inoltre, conoscere gli strumenti di aggiornamento scientifico e tecnologico per le discipline della comunicazione ed essere in grado di accedere alla letteratura scientifica prodotta in almeno una lingua straniera europea oltre all'italiano.

Modalità di insegnamento/apprendimento

Le numerose attività di autoapprendimento che affiancano le lezioni tradizionali, mediante esercitazioni seminariali o laboratoriali, sessioni di letture critiche, lavori di gruppo finalizzati alla progettazione e produzione di strategie comunicative, mirano ad attivare nello studente la consapevolezza della propria responsabilità di apprendimento e la curiosità che sta alla base dell'indagine spontanea. Lo invitano a gestire la programmazione dello studio, a procurarsi materiali di approfondimento e a familiarizzarsi con fonti autonome di documentazione e formazione. Inoltre, le modalità integrate di supporti multimediali consentono allo studente di capire quale capacità di apprendimento gli sia più congeniale e di trovare tra i materiali quelli che gli risultano più efficaci.

Verifica delle capacità di apprendimento

Le capacità autonome di apprendimento vengono valutate e apprezzate contestualmente agli apprendimenti generati dagli insegnamenti. In modo particolare, sono parte consistente delle simulazioni globali in cui, per esempio, la progettazione di prodotti della comunicazione è frutto di attività diretta del discente, singola o di team. Si manifestano nella loro maggiore intensità ed estensione nell'elaborato finale, crocevia di tutti gli apprendimenti.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Per essere ammessi alla LM in Strategie di Comunicazione è necessario essere in possesso della laurea nella classe L-20 in Comunicazione ex DM 270/04, oppure della laurea nella classe 14 Scienze della Comunicazione ex DM 509/99, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Inoltre, lo studente che vuole iscriversi alla LM in Strategie di Comunicazione deve aver conseguito 50 CFU complessivi negli SSD definiti nel Regolamento didattico del corso di studio. Di questi almeno 18 CFU devono essere conseguiti in specifici SSD definiti nel Regolamento. Per gli studenti con titolo di studio conseguito all'estero, la verifica del possesso di questi requisiti sarà svolta dalla commissione di ammissione.

Per l'ammissione lo studente deve possedere una conoscenza della lingua inglese di livello non inferiore al B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER) da attestare tramite certificazione internazionale o dichiarazione dell'Ateneo in cui si è svolta la laurea di primo ciclo.

Non sono previsti debiti formativi, ovvero obblighi formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale deve dimostrare capacità di elaborazione autonoma e di progettualità. Richiede un approfondito lavoro di ricerca su un tema, di natura empirica o teorica, coerente con il percorso di studi.

L'indagine deve tradursi in un'elaborazione scritta o di un prodotto multimediale, accompagnato da una relazione scritta, realizzati sotto la guida di un supervisore / relatore e contenenti elementi di originalità e novità, che possano contribuire all'accrescimento delle conoscenze in una delle discipline ritenute rilevanti per gli studi di comunicazione. Nella tesi sono previste fasi di raccolta e analisi di dati e materiali di diversa natura: dati ottenuti attraverso strumenti di rilevazione-partecipazione-osservazione, informazioni e documenti ottenuti da fonti e archivi, ecc. Potrà configurarsi come:

- ricerca su un fenomeno empirico inesplorato o poco trattato in letteratura;
 - interpretazione originale di un fenomeno trattato in letteratura o proposta di generalizzazione di teorie esistenti;
 - analisi ragionata della letteratura esistente con rielaborazione critica dei contenuti o proposta di nuove categorie concettuali per l'analisi;
 - studio di un caso o indagini ad hoc destinate a supportare o confutare sistemi teorici o categorie concettuali esistenti in letteratura.
- L'elaborato potrà essere redatto anche in una lingua straniera preventivamente concordata.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

Si è ravvisata la necessità di modificare la denominazione in lingua inglese del corso di studio, anche se non richiesta, per renderla più rispondente al senso di quella in italiano (da Strategie sin Communication a Communication Strategies).

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Responsabile della comunicazione

funzione in un contesto di lavoro:

La laurea magistrale in Strategie di Comunicazione prepara alle attività di progettazione, ricerca e analisi in cui sono necessarie capacità di operare in modo autonomo nella gestione dei processi di comunicazione. I laureati in Strategie di Comunicazione potranno esercitare funzioni di elevata responsabilità come esperti comunicatori in agenzie di comunicazione e nell'area comunicazione presso aziende e istituzioni pubbliche e private. Avranno sia le competenze teoriche per comprendere i processi della comunicazione delle informazioni, sul web e sui media tradizionali, sia le competenze pratiche e tecnologiche per sviluppare prodotti e progetti di comunicazione per finalità commerciali, promozionali o pubbliche e per collaborare con team di lavoro interdisciplinari per la realizzazione di applicazioni e software sia per la comunicazione a fini professionali, sia per quella destinata alla formazione e al tempo libero.

A questo tipo di figura professionale è richiesta una formazione interdisciplinare ad ampio raggio che includa: basi di programmazione, conoscenza di metodi per l'analisi qualitativa e quantitativa di dati testuali, estrazione ed analisi di big data dal web, capacità di scrivere in italiano ed in inglese, conoscenza dei Social Media e della creazione e diffusione delle informazioni sul web, conoscenza dei processi di comunicazione sociale, politica e pubblicitaria, aspetti sociali e psicologici della comunicazione, conoscenze del marketing e delle relazioni pubbliche nelle versioni tradizionali e sul web, conoscenza delle nuove tecnologie immersive. Sbocchi occupazionali specifici vedranno la specializzazione in una o più di queste competenze.

competenze associate alla funzione:

I laureati di Strategie di Comunicazione possono trovare impiego in una larga sfera di domini. Una gran parte dei laureati trova impiego nell'area di Comunicazione e marketing, riferita a tutte le attività di comunicazione pubblica, sociale e d'impresa, sia per le istituzioni pubbliche e gli enti no-profit, sia per le imprese private. Altre due destinazioni molto frequenti sono l'area «Pubblicità» e «Informazione ed editoria». Figure professionali in evidenza sono il «Responsabile comunicazione e marketing», che trova prevalentemente collocamento nel settore privato, e il Responsabile ufficio stampa», figura distribuita equamente tra settore privato e settore pubblico. Le altre occupazioni di rilievo sono: «Comunicatore d'impresa», «Comunicatore sociale», «Comunicatore pubblico», «Responsabile delle relazioni con il pubblico», «Technical writer», «Project manager», «Communication manager» e «Organizzatore di eventi» per l'area «Comunicazione e marketing»; «Account executive», «Account supervisor», «Strategic planner», «Media planner» e «Copywriter» per l'area «Pubblicità»; «Web content manager» e «Web project manager» per l'area «Comunicazione web e ICT». Ulteriori opportunità di impiego si hanno nelle organizzazioni internazionali e nelle organizzazioni non governative, ma anche in aree meno consuete come «Commerciale e vendite», «Risorse umane» e nell'area dell'intrattenimento e dello spettacolo.

sbocchi occupazionali:

Responsabile comunicazione e marketing
Responsabile ufficio stampa
Comunicatore d'impresa
Comunicatore sociale
Comunicatore pubblico
Responsabile delle relazioni con il pubblico
Technical writer
Project manager
Communication manager
Organizzatore di eventi per l'area Comunicazione e marketing
Account executive
Account supervisor
Strategic planner
Media planner
Copywriter per l'area Pubblicità
Web content manager
Web project manager
Responsabile Risorse umane
Social Media manager
Digital PR

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.1)
- Specialisti del controllo nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.2)
- Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
- Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Dialoghisti e parolieri - (2.5.4.1.2)
- Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
- Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
- Revisori di testi - (2.5.4.4.2)
- Sceneggiatori - (2.5.5.2.4)
- Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	INF/01 Informatica ING-INF/03 Telecomunicazioni ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/12 Linguistica italiana L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	30	30	-
Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive	M-DEA/01 Discipline demoeconomiche e antropologiche M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/02 Psicobiologia e psicologia fisiologica M-PSI/04 Psicologia dello sviluppo e psicologia dell'educazione M-PSI/05 Psicologia sociale M-STO/04 Storia contemporanea M-STO/05 Storia delle scienze e delle tecniche SECS-S/05 Statistica sociale SPS/02 Storia delle dottrine politiche SPS/04 Scienza politica SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	18	18	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		
Totale Attività Caratterizzanti			48 - 48	

Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		24	24
A11	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/09 - Lingua e traduzione - lingue portoghese e brasiliana L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca L-LIN/21 - Slavistica L-OR/21 - Lingue e Letterature della Cina e dell'Asia sud-orientale	6	6
A12	INF/01 - Informatica ING-INF/03 - Telecomunicazioni ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/01 - Diritto privato IUS/17 - Diritto penale L-ART/02 - Storia dell'arte moderna L-ART/03 - Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 - Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/05 - Discipline dello spettacolo L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 - Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/10 - Letteratura italiana L-FIL-LET/11 - Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/12 - Linguistica italiana L-LIN/01 - Glottologia e linguistica L-LIN/02 - Didattica delle lingue moderne L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese M-PSI/05 - Psicologia sociale M-PSI/06 - Psicologia del lavoro e delle organizzazioni M-STO/02 - Storia moderna M-STO/04 - Storia contemporanea SECS-P/01 - Economia politica SECS-P/02 - Politica economica SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 - Organizzazione aziendale SECS-P/12 - Storia economica SECS-S/05 - Statistica sociale SPS/02 - Storia delle dottrine politiche SPS/04 - Scienza politica SPS/07 - Sociologia generale SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro	18	18

Totale Attività Affini	24 - 24
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		18	18
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
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		0	6
Totale Altre Attività		33 - 57	

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	105 - 129

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

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti : INF/01 , ING-INF/03 , ING-INF/05 , L-ART/04 , L-ART/06 , L-ART/07 , L-FIL-LET/12 , L-LIN/01 , M-PSI/05 , M-STO/04 , SECS-S/05 , SPS/02 , SPS/04 , SPS/07 , SPS/08 , SPS/09)

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti: INF/01, ING-INF/03, ING-INF/05, L-ART/02, L-ART/03, L-ART/04, L-ART/05, L-ART/07, L-FIL-LET/10, L-LIN/01, L-LIN/02, L-LIN/09, L-LIN/021, L-OR/21, M-PSI/05, M-PSI/06, M-STO/02, SECS-P/01)

Con il nuovo ordinamento, il cds in Strategie di Comunicazione offre agli studenti una scelta tra 3 percorsi formativi, che riflettono i cambiamenti nel mondo della comunicazione: (1) Informazione e Società, un settore che ha visto profonde trasformazioni, dovute agli sviluppi della tecnologia sul modo in cui si creano e si diffondono le notizie, con forti ripercussioni sulla società (dal ruolo dei Social Media, all'avvento del fenomeno delle 'fake news', alla capacità di raccolta ed analisi di enormi quantità di dati digitali); (2) Business e Marketing, un'area in cui la digitalizzazione e la raccolta e l'analisi dei big data hanno trasformato il mondo degli affari, gli strumenti e le competenze utili per diventare competitivi e far crescere le aziende e le attività commerciali; (3) Multimedia and Technology (in inglese), che hanno modificato la produzione e la fruizione dei contenuti per l'utente, sia per scopi professionali che per gli usi nel privato.

Ciascun percorso formativo, a scelta dello studente dopo 2 blocchi di insegnamenti caratterizzanti comuni, si configura come segue:

- 1 insegnamento a scelta tra 2 (6CFU)
- 2 insegnamenti a scelta tra 8 (12 CFU)
- 1 insegnamento di una lingua a scelta tra 3 (6 CFU).

Il totale dei CFU che lo studente deve acquisire con gli attività affini integrative è 24.

L'inserimento dei SSD elencati sopra tra le attività affini ed integrative mira a fornire agli studenti delle competenze specifiche per ciascuno dei 3 percorsi formativi. In particolare:

M-PSI/05, M-PSI/06: L'inserimento di questi SSD tra le attività affini trova motivazione nel fatto che un comunicatore deve conoscere gli effetti della comunicazione tecnologica e digitale sulle persone, sulla società e sulle dinamiche del lavoro.

M-STO/02: Questo SSD è stato inserito perché si ritiene importante che il comunicatore sia in grado di guardare agli sviluppi della società anche in prospettiva storica.

SECS-P/01: Questo SSD è stato inserito perché si ritiene importante che il comunicatore abbia nozioni di economia politica.

INF/01, ING-INF/03, ING-INF/05: L'inserimento di questi SSD tra le attività affini è motivata dagli sviluppi tecnologici che investono la comunicazione. Un buon comunicatore oggi deve possedere nozioni di informatica di base e conoscere le tecnologie utilizzate per la produzione e la diffusione dei Social Media; la raccolta ed analisi dei dati; la creazione di prodotti digitali per la comunicazione e il marketing.

L-ART/02, L-ART/03, L-ART/04, L-ART/05, L-ART/07, L-FIL-LET/10: Le tecnologie vengono utilizzate anche per creare prodotti e applicazioni di comunicazione per l'intrattenimento ed il tempo libero. Ad esempio, vengono creati prodotti di realtà virtuale e aumentata per la comunicazione dell'arte per i musei, per i viaggi turistici, per "i viaggi di lettura", ecc.. Per la progettazione e la realizzazione di questi prodotti e applicazioni è necessario che il comunicatore possieda, oltre che una conoscenza delle tecnologie, anche delle conoscenze di base dell'arte e letterature per le quali vuole sviluppare un progetto di comunicazione utilizzando le nuove tecnologie. Ecco quindi l'esigenza di inserire questi SSD tra le attività affini.

L-LIN/01, L-LIN/02: L'inserimento di questi SSD tra le attività affini trova motivazione nell'importanza dell'espressione del linguaggio, dell'analisi linguistica e dell'apprendimento linguistico nei processi di comunicazione.

L-LIN/09, L-LIN/021, L-OR/21: L'inserimento di questi SSD tra le attività affini è motivato dal fatto che si vuole espandere il progetto formativo ad includere 3 delle lingue della cosiddetta BRICS: portoghese, russo e cinese.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti