

**Università degli Studi di Urbino Carlo Bo**  
**Laurea Magistrale**  
**in COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI**

**D.M. 22/10/2004, n. 270**

**Regolamento didattico - anno accademico 2023/2024**

**Premessa**

Denominazione del corso	COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI
Denominazione del corso in inglese	ADVERTISING AND ORGANIZATIONS COMMUNICATION
Classe	LM-59 Classe delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Facoltà di riferimento	
Altre Facoltà	
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)
Altri Dipartimenti	
Durata normale	2
Crediti	120
Titolo rilasciato	Laurea Magistrale in COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI
Titolo congiunto	No
Atenei convenzionati	
Doppio titolo	
Modalità didattica	Convenzionale
Il corso è	di nuova istituzione
Data di attivazione	
Data DM di approvazione	
Data DR di approvazione	
Data di approvazione del consiglio di facoltà	
Data di approvazione del senato accademico	25/11/2022
Data parere nucleo	28/01/2014
Data parere Comitato reg. Coordinamento	

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	18/03/2022
Massimo numero di crediti riconoscibili	12
Corsi della medesima classe	No
Numero del gruppo di affinità	1
Sede amministrativa	URBINO (PU)
Sedi didattiche	URBINO (PU)
Indirizzo internet	<a href="https://www.uniurb.it/corsi/1757048">https://www.uniurb.it/corsi/1757048</a>
Ulteriori informazioni	

## **ART. 1 Caratteristiche generali e finalità del corso**

Il corso di studio (CdS) magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni (CPO) è rivolto a chi vede il suo futuro professionale nella comunicazione e nella pubblicità e intende acquisire competenze avanzate sulla creatività e sulla gestione dei processi della comunicazione e dei consumi in ambito manageriale e organizzativo.

Il CdS permette di acquisire competenze comunicative e manageriali avanzate nell'ambito della comunicazione organizzativa e delle strategie e tecniche di comunicazione, con particolare attenzione alle nuove forme di relazione tra produzione e consumo, allo sviluppo delle piattaforme di social networking nell'ambito delle forme più innovative di comunicazione nelle strutture organizzative e nelle imprese pubbliche e private e di marketing. La studentessa e lo studente del CdS magistrale sono formati attraverso percorsi di approfondimento teorico e metodologico in aula, stage obbligatorio, attività laboratoriali e collaborazioni con enti e imprese del territorio; collaborano inoltre alle attività della COLONIA della comunicazione, agenzia di comunicazione interna al CdS.

La laureata e il laureato svolgono funzioni di elevata responsabilità nell'ambito del management della comunicazione per la gestione aziendale, la valorizzazione delle risorse umane, l'organizzazione e la gestione di strutture per le relazioni con il pubblico, per le PR e le PR digitali, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata in enti pubblici, no profit e imprese, a livello nazionale e internazionale. Possiedono inoltre le competenze avanzate necessarie a concorrere a un dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della comunicazione.

## **ART. 2 Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo**

Il CdS magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni intende sviluppare una preparazione teorica, metodologica ed empirica avanzata nei processi comunicativi e della pubblicità, al fine di creare laureate e laureati esperti nella progettazione e gestione dei

flussi di comunicazione interna ed esterna, con capacità di pianificazione della comunicazione organizzativa, strategica e integrata per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, imprese e organizzazioni pubbliche e private nazionali e internazionali.

Il CdS prevede in tal senso l'acquisizione di:

- competenze metodologiche avanzate per la realizzazione di prodotti comunicativi e campagne pubblicitarie e promozionali;
- abilità specialistiche relative alle tecniche pubblicitarie nei settori dei mezzi di comunicazione, dell'industria culturale e dei consumi;
- competenze di creatività applicate alla comunicazione e alla progettazione di prodotti culturali e comunicativi;
- competenze specialistiche necessarie a svolgere funzioni di copywriting e account nelle agenzie di comunicazione e agenzie pubblicitarie;
- conoscenze specializzate sulle politiche operative della comunicazione e dell'informazione, anche sotto il profilo istituzionale, in particolare riguardo al settore della pubblicità e della comunicazione pubblica, sociale e di impresa;
- competenze specialistiche necessarie a svolgere funzioni di comunicatrice e comunicatore pubblico;
- competenze e abilità avanzate relative alle strategie connesse ai processi dell'e-government, dell'e-commerce e del web marketing;
- competenze specialistiche in relazione alle più innovative strategie del marketing con particolare attenzione ai social media;
- conoscenze specialistiche gestionali e organizzative, funzionali alla definizione della corporate image aziendale;
- competenze che consentano di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, la lingua inglese, oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Al fine di raggiungere gli obiettivi indicati, il percorso formativo del CdS è articolato in un primo anno in cui si concentrano le discipline caratterizzanti e in un secondo anno professionalizzante.

La formazione caratterizzante del primo anno prevede l'attivazione di insegnamenti nell'area della sociologia della comunicazione, della cultura, dei consumi, dell'immaginario e delle culture visuali, della comunicazione pubblicitaria, e in eventuali altri ambiti caratterizzanti.

Al fine di creare profili professionali nell'area della creatività della comunicazione, della pianificazione, progettazione e gestione dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni complesse, il secondo anno prevede insegnamenti professionalizzanti nell'area della creatività pubblicitaria, della cultura e della comunicazione, del marketing, della comunicazione d'impresa, della comunicazione pubblica istituzionale, sociale e della pubblicità.

La formazione è completata da uno stage obbligatorio presso un'impresa, un ente, un'agenzia di comunicazione o pubblicitaria, nazionale o internazionale, nell'area professionale di riferimento.

### **ART. 3 Risultati di apprendimento attesi**

Area delle discipline sociologiche, di teoria dei media e della cultura

Conoscenza e comprensione

La laureata e il laureato magistrale acquisiscono conoscenze e capacità di comprensione specialistiche dei processi sociali e delle pratiche del consumo, delle forme della narrazione contemporanea testuali e audiovisive, delle logiche, delle modalità espressive e delle forme organizzative dei diversi media della comunicazione, con particolare attenzione alle forme medialità in cui si esprime l'immaginario contemporaneo delle forme avanzate della

comunicazione nei contesti mediatizzati della società contemporanea.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laureata e il laureato magistrale sanno applicare le metodologie di analisi di prodotti sociali, culturali e di consumo e di prodotti comunicativi e mediali e di produrre testi narrativi.

Area delle scienze della comunicazione pubblicitaria, pubblica e d'impresa e del marketing

Conoscenza e comprensione

La laureata e il laureato magistrale acquisiscono conoscenze e capacità di comprensione specialistiche delle forme e dei linguaggi nel campo della comunicazione pubblica, sociale e di impresa e delle sue tendenze più innovative, così come delle strategie del marketing contemporaneo, soprattutto nei contesti digitali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laureata e il laureato magistrale sono in grado di:

- applicare metodologie di analisi dei processi comunicativi nelle organizzazioni, metodologie di analisi preliminari alla progettazione dei piani di comunicazione;
- individuare e utilizzare le fonti informative necessarie alla raccolta di dati;
- progettare campagne di comunicazione pubblicitaria e organizzativa;
- argomentare le proprie proposte anche in lingua inglese.

Autonomia di giudizio (making judgements)

La laureata e il laureato magistrale hanno la capacità di raccogliere e interpretare i dati nel proprio campo di studio ritenuti utili a determinare giudizi autonomi, inclusa la riflessione su temi sociali, scientifici o etici a essi connessi:

- sono capaci di raccogliere i dati necessari alla formulazione di giudizi, distinguendo tra fonti primarie e secondarie, distinguendo i dati di primo livello dalle successive elaborazioni e di interpretare le informazioni a partire dalla conoscenza e dalla valutazione delle fonti (differenza tra informazione e atto dell'emissione);
- sono capaci di valutare le informazioni raccolte alla luce delle caratteristiche della fonte, della sua autorevolezza nel campo specifico e del suo posizionamento in relazione alle altre fonti (es. centri di ricerca autonomi, dati forniti da imprese private, fonti ufficiali e fonti informali, giornalisti/i professionisti e non, autorevolezza delle fonti anche online);
- sviluppano conoscenze e sensibilità in relazione ai temi dell'etica della comunicazione applicata ai diversi settori del proprio campo di studio, con particolare attenzione ai temi della responsabilità sociale di un'organizzazione, sia pubblica sia privata, e dell'etica della comunicazione pubblicitaria.

Al fine di acquisire tali competenze, la studentessa e lo studente, nel corso degli insegnamenti nelle discipline caratterizzanti e affini e integrative, nonché nella preparazione della tesi di laurea:

- realizzano lavori di gruppo e presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo;
- svolgono elaborati individuali e di gruppo, che prevedono la ricerca, la sistematizzazione e la valutazione di dati relativi a un particolare oggetto di studio su temi socio-comunicativi;
- presentano in classe i risultati dei diversi assignment, rispondono alle richieste di chiarimento e alle osservazioni sul metodo di analisi e di argomentazione;
- partecipano a momenti periodici di revisione e discussione individuale con la/il docente, con feedback orale e/o scritto a commento del proprio lavoro.

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale;
- presentazione orale e discussione dei lavori svolti individualmente o in gruppo, guidata dalla/dal docente;
- revisioni periodiche e discussioni individuale con la/il docente, anche in relazione alla stesura dell'elaborato finale di laurea.

### Abilità comunicative (communication skills)

La laureata e il laureato magistrale sanno comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a specialisti/e e non. Sono capaci di:

- presentare in forma orale, scritta e visuale informazioni, idee, problemi e soluzioni sia nell'ambito di un gruppo di lavoro sia a un pubblico esterno di non esperte/i;
- presentare progetti e altre forme di elaborato attraverso software dedicati;
- esporre e dare conto di contenuti elaborati nelle piattaforme digitali.

Al fine di acquisire tali competenze la studentessa e lo studente, nell'ambito degli insegnamenti delle discipline caratterizzanti e affini e integrative:

- realizzano lavori di gruppo e presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo;
- predispongono elaborati e paper scritti;
- partecipano a laboratori specifici di scrittura creativa e professionale (ufficio stampa, copywriting, scrittura creativa, laboratorio video, ecc.);
- partecipano a esercitazioni in aula di scrittura (scrittura creativa, copywriting, redazione di testi per il web, redazione di comunicati stampa, ecc.).

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale;
- presentazione orale e discussione dei lavori svolti individualmente o in gruppo, guidata dalla/dal docente;
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà;
- partecipazione a momenti periodici di revisione e di discussioni individuale con la/il docente.

### Capacità di apprendimento (learning skills)

La laureata e il laureato magistrale sviluppano le capacità di apprendimento necessarie per assumere ruoli di responsabilità nel mondo delle professioni della comunicazione pubblicitaria e organizzativa e intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia, in particolare nel dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della comunicazione. Sviluppano metacompetenze di apprendimento:

- capacità di pensiero astratto;
- metodologie di analisi dei problemi;
- capacità di giudizio autonomo.

Al fine di acquisire tali competenze la studentessa e lo studente nell'ambito degli insegnamenti del biennio e delle attività integrative:

- partecipano a lavori di gruppo in aula, con la guida della/del docente;
- elaborano paper di approfondimento su temi assegnati;
- preparano e realizzano presentazioni pubbliche in aula, discutendo e argomentando con altre studentesse e studenti e con la/il docente;
- predispongono un elaborato finale di laurea.

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale;
- presentazione orale e discussione dei lavori svolti individualmente o in gruppo, guidata dalla/dal docente;
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà;
- partecipazione a revisioni periodiche e discussioni individuali con la/il docente;
- discussione finale dell'elaborato di laurea.

#### **ART. 4 Prospettive occupazionali e profili professionali di riferimento**

La laureata e il laureato magistrale ricoprono il ruolo di comunicatrice e comunicatore esperta/o nella progettazione e gestione dei flussi di comunicazione organizzativa, strategica e integrata, per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali. Possono proseguire il percorso di studi attraverso un dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della Comunicazione.

La laureata e il laureato magistrale possono trovare occupazione come:

- copywriter, account ed esperta/o media nelle agenzie pubblicitarie;
- social media manager, content manager e project manager nelle web agency;
- responsabile della comunicazione e comunicatrice o comunicatore pubblico negli uffici di comunicazione di imprese ed enti (ufficio marketing, ufficio marketing territoriale, uffici per le relazioni con il pubblico);
- addetta/o alle pubbliche relazioni;
- free lance (forme di consulenza per agenzie pubblicitarie o aziende su progetti specifici di comunicazione, gestione della corporate image, social media manager).

I profili professionali di riferimento sono (codifiche Istat):

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

#### **ART. 5 Modalità di ammissione al corso**

Per l'ammissione al corso di studio magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni (Classe delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità LM-59) occorre essere in possesso di una laurea, triennale o quadriennale, o di un diploma universitario di durata triennale, attivati presso un ateneo italiano, ovvero di un titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente. Le domande di immatricolazione vengono accettate fino al raggiungimento della numerosità massima sostenibile del corso di studio, rispettando l'ordine di perfezionamento delle domande stesse.

È inoltre richiesto il possesso di:

##### **a. Requisiti curriculari**

Per essere ammessa/o al corso di studio magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni senza necessità di ulteriore verifica, la studentessa o lo studente deve aver conseguito uno dei seguenti titoli idonei all'ammissione:

- a) laurea triennale (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguita in una delle seguenti classi:
- L-20 Scienze della comunicazione (D.M. 270/2004), L-14 Scienze della comunicazione (D.M. 509/1999) e Laurea quinquennale in Scienze della comunicazione V.O
  - L-1 Beni culturali (D.M. 270/2004) e L-13 Scienze dei beni culturali (D.M. 509/1999)
  - L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (D.M. 270/2004) e L-23 Scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (D.M. 509/1999)
  - L-5 Filosofia (D.M. 270/2004) e L-29 Filosofia (D.M. 509/1999)
  - L-10 Lettere (D.M. 270/2004) e L-5 Lettere (D.M. 509/1999)
  - L-11 Lingue e culture moderne (D.M. 270/2004; D.M. 509/1999)
  - L-15 Scienze del turismo (D.M. 270/2004) e L-29 Scienze del turismo (D.M. 509/1999)
  - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (D.M. 270/2004) e L-17 Scienze dell'economia e della gestione aziendale (D.M. 509/1999)

- L-33 Scienze economiche (D.M. 270/2004) e L-28 Scienze economiche (D.M. 509/1999)
- L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali (D.M. 270/2004) e L-15 Scienze politiche e delle relazioni internazionali (D.M. 509/1999)
- L-39 Servizio sociale (D.M. 270/2004) e L-06 Scienze del servizio sociale (D.M. 509/1999)
- L-40 Sociologia (D.M. 270/2004) e L-36 Scienze sociologiche (D.M. 509/1999)
- b) laurea triennale (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguita in classi diverse da quelle sopraindicate, a condizione che nel curriculum individuale degli studi la laureata e il laureato abbiano conseguito un numero minimo di 60 CFU nei Settori Scientifici Disciplinari (SSD) afferenti alle macro-aree scientifiche, umanistiche, sociologiche e giuridiche, qui di seguito indicati:
- INF/01 Informatica
- ING-INF/03 Telecomunicazioni
- ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni
- ICAR/13 Disegno industriale
- ICAR/17 Disegno
- 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-FIL-LET/13 Filologia della letteratura italiana
- L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate
- L-LIN/01 Glottologia e linguistica
- L-LIN/04 Lingua e traduzione – Lingua francese
- L-LIN/12 Lingua e traduzione – Lingua inglese
- M-STO/04 Storia contemporanea
- M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche
- M-FIL/01 Filosofia teoretica
- M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza
- M-FIL/03 Filosofia morale
- M-FIL/04 Estetica
- M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi
- M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale
- M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni
- IUS/01 Diritto privato
- IUS/02 Diritto privato comparato
- IUS/04 Diritto commerciale
- IUS/05 Diritto dell'economia
- IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico
- IUS/10 Diritto amministrativo
- IUS/14 Diritto dell'Unione europea
- IUS/20 Filosofia del diritto
- IUS/21 Diritto pubblico comparato
- SECS-P/01 Economia politica
- SECS P/02 Politica economica
- 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/01 Statistica  
 SECS-S/04 Demografia  
 SECS-S/05 Statistica sociale  
 SPS/01 Filosofia politica  
 SPS/02 Storia 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  
 SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio  
 SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici  
 SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale.

In entrambi i casi a) e b) la laureata e il laureato devono aver conseguito nel curriculum degli studi triennale almeno 3 CFU per la lingua inglese o aver ottenuto una certificazione che ne attesti il livello acquisito, rilasciata da enti certificatori riconosciuti dalla Scuola di Scienze della Comunicazione.

In caso di titoli di studio conseguiti all'estero verrà valutata, sulla base della documentazione prodotta, la corrispondenza tra le conoscenze e competenze associate ai titoli conseguiti e le caratteristiche dei requisiti curriculari sopra elencati.

Le carenze curriculari devono essere colmate prima dell'iscrizione al corso di studio con l'integrazione di eventuali crediti formativi universitari (CFU) mancanti attraverso il superamento degli esami di singoli insegnamenti, se si è già concluso il proprio percorso triennale, o con insegnamenti sovranumerari se si è ancora iscritte/i al percorso triennale.

#### b. Preparazione personale

La Verifica dell'adeguatezza della Personale Preparazione (VPP) è obbligatoria, avviene successivamente al controllo dei requisiti curriculari e non può essere intesa come sostitutiva dei requisiti stessi. In tal senso, la studentessa e lo studente devono essere in possesso dei requisiti curriculari prima della VPP e non è ammessa l'assegnazione di debiti formativi o di obblighi formativi aggiuntivi.

La VPP deve essere sostenuta entro il termine ultimo per l'iscrizione. Le informazioni relative sono pubblicate sulla pagina web del corso di studio.

La VPP viene effettuata dalla commissione didattica del corso di studio e la preparazione personale è ritenuta adeguata se la studentessa e lo studente hanno conseguito una laurea triennale con votazione pari o superiore a 90 su 110; con votazione inferiore alla soglia stabilita, la commissione didattica valuterà il curriculum e, qualora lo ritenga necessario, potrà procedere a un colloquio individuale che comprovi il possesso di conoscenze e di competenze adeguate.

## **ART. 6 Modalità per il trasferimento in ingresso, passaggi di corso e riconoscimenti di attività**

Il passaggio da un corso di studio dell'Ateneo di Urbino o il trasferimento da un corso di studio di un altro Ateneo al CdS CPO assicura il riconoscimento del maggior numero possibile di CFU già maturati dalla studentessa e dallo studente, secondo criteri e modalità stabiliti dalla commissione didattica del corso di studio, che motiva adeguatamente anche l'eventuale mancato riconoscimento di crediti. Per le modalità di presentazione delle domande si rimanda al vigente Regolamento degli studenti e delle studentesse dei corsi di studio di I e II livello.

Nel caso in cui il trasferimento in ingresso sia effettuato fra corsi di studio appartenenti alla medesima classe di CPO (LM-59), la quota di CFU relativi ai settori scientifici disciplinari (SSD) direttamente riconosciuti non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati. Nel

caso di trasferimento da un corso di studio svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato.

Coloro che intendono chiedere il riconoscimento dei CFU acquisiti in altri corsi di studio di qualsiasi Ateneo devono presentare idonea documentazione alla commissione didattica del corso di studio. Il riconoscimento viene deliberato dal Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione.

## **ART. 7 Attività Formative**

Il CdS magistrale CPO ha durata biennale.

Per il conseguimento del titolo è obbligatorio superare un massimo di 12 esami e conseguire un numero di CFU pari a 120.

Ogni CFU corrisponde a 25 ore di lavoro complessivo della studentessa e dello studente, di cui 6 ore di lezione frontale.

Le attività formative indispensabili al conseguimento del titolo in CPO riguardano l'offerta di insegnamenti caratterizzanti afferenti all'area della sociologia della comunicazione, della cultura, dei consumi e dell'immaginario, del marketing e nell'area della comunicazione pubblicitaria e affini e integrativi nell'area del marketing, delle metodologie e tecniche della ricerca sociali, delle culture digitali e degli internet studies. Le attività formative prevedono inoltre l'acquisizione di ulteriori competenze linguistiche.

Le attività formative possono essere autonomamente scelte dalla studentessa e dallo studente purché coerenti col progetto formativo.

Il percorso formativo si struttura in due semestri con insegnamenti anche mutuati da altri corsi di studio.

Il percorso si articola in lezioni teoriche, laboratori, workshop professionalizzanti e prevede uno stage obbligatorio di 200 ore da svolgersi preferibilmente nel secondo anno di corso. Prevede inoltre attività formative relative alla preparazione della prova finale (art. 14).

Il CdS prevede un obbligo di frequenza, nella misura del 50% delle ore di lezione dei corsi teorici e dei 3/4 dei corsi a carattere laboratoriale, che devono essere ottemperati con la sola eccezione di studentesse e studenti iscritti al percorso a tempo parziale (part time) (art. 15). Nel caso di iscrizione a tempo parziale l'obbligo di frequenza è limitato ai soli corsi laboratoriali non obbligatori inseriti nel piano di studio (3/4 delle ore di lezione).

La studentessa e lo studente, che sono iscritti al percorso standard e non hanno ottemperato agli obblighi di frequenza, dovranno recuperarli prima di poter sostenere gli esami di profitto dei singoli insegnamenti.

## **ART. 8 Descrizione del piano degli studi e articolazione in eventuali curricula**

Il corso di studio si propone come momento formativo teorico e pratico che affianca insegnamenti ad alta specializzazione a laboratori professionalizzanti e workshop tematici. Per le modalità di compilazione e modifica del piano di studio si rimanda al vigente Regolamento degli studenti e delle studentesse dei corsi di studio di I e II livello.

Il CdS non prevede l'articolazione in curricula.

## **ART. 9 Propedeuticità**

Il CdS non prevede propedeuticità nel sostenimento degli esami.

**ART. 10 Organizzazione didattica, esami e verifiche di profitto**

L'attività didattica del corso di studio magistrale CPO si articola in due periodi di lezione. Il Dipartimento DISCUI organizza le attività del CdS coerentemente con il calendario didattico di Ateneo e, sentita la Scuola di Scienze della Comunicazione, stabilisce il calendario degli esami di profitto prevedendo almeno tre sessioni opportunamente distribuite nel corso dell'anno accademico. Tra due appelli della stessa sessione di esame deve intercorrere indicativamente un intervallo di due settimane.

Il calendario degli esami viene pubblicato almeno trenta giorni prima della data di inizio di ogni sessione. Eventuali variazioni delle date degli appelli possono essere disposte dalla/dal docente che presiede la commissione di esame per motivate esigenze; ogni modifica deve essere pubblicata immediatamente.

Le verifiche di profitto consistono in un esame che si svolge durante le sessioni di esame, eventualmente preceduto da verifiche di apprendimento periodiche compiute durante lo svolgimento dell'insegnamento e organizzate dal corso di studio con la supervisione della segreteria didattica, volto ad accertare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento previsti.

Le verifiche di profitto sono incentrate sulla valutazione delle conoscenze acquisite nelle specifiche discipline, mediante discussione o risposte scritte su tematiche pertinenti l'ambito di studio e trattate durante l'insegnamento e/o tramite discussione dei progetti realizzati individualmente o in gruppo negli insegnamenti a carattere laboratoriale o nei workshop previsti dagli insegnamenti teorici. Particolare attenzione viene rivolta alla verifica delle capacità di padroneggiare i principali metodi della ricerca e della progettazione di settore, trattandoli con relativa autonomia ed esprimendosi con la giusta terminologia di riferimento.

Le modalità di accertamento dei risultati adottate per i singoli insegnamenti sono pubblicate e comunicate a studentesse e studenti tramite le schede degli insegnamenti.

Gli esami di profitto possono essere orali e/o scritti e prevedere l'utilizzo di tecnologie informatiche. Possono dare luogo a votazione o a un giudizio di idoneità.

La votazione degli esami è espressa in trentesimi. L'esito si considera positivo se è almeno pari a 18/30 o, nei casi previsti, attraverso l'accertamento dell'idoneità. Nel caso in cui venga conseguito il voto massimo può essere concessa la lode.

L'esito negativo dell'esame è registrato sul verbale di esame, mediante l'annotazione "respinto", "insufficiente" o, nei casi previsti, "non idoneo". Tale annotazione non influisce sul voto finale di laurea. Alla studentessa e allo studente è assicurata la possibilità di visionare le proprie prove scritte. Le prove orali sono pubbliche.

Non è consentita la ripetizione, con eventuale modifica della relativa valutazione, di un esame già superato, anche nel caso di attività formative convalidate da pregressa carriera. È consentito il ritiro dall'esame prima della registrazione dell'esito.

Le prove di esame possono essere svolte anche presso strutture esterne appositamente convenzionate con l'Ateneo che assicurino la pubblicità della prova.

La studentessa e lo studente, in possesso di regolare certificazione DSA e/o con certificazione di disabilità inserita nella piattaforma di gestione amministrativa delle carriere delle studentesse e degli studenti in Esse3, possono avvalersi di misure integrative, compensative, sostitutive per gli esami. L'utilizzo di mappe concettuali deve essere preventivamente concordato con la/il docente. Le informazioni relative all'accesso ai servizi dedicati alle studentesse e agli studenti sopra indicati sono pubblicate nella pagina web del corso di studio.

**ART. 11 Commissioni didattiche del corso di studio**

Nel corso di studio è attiva una commissione didattica dedicata alla disamina delle pratiche di studentesse e studenti quali riconoscimenti, passaggi di corso ecc., nominata dal Consiglio della Scuola su indicazione della/del Presidente e in carica fino a due mesi successivi alla conclusione del mandato della/del Presidente della Scuola. È composta dalla/dal referente del corso di studio, da almeno una/un docente del corso di studio e dal personale della segreteria didattica. La commissione si riunisce periodicamente per esaminare le pratiche di studentesse e studenti del CdS.

**ART. 12 Commissioni d'esame (verifiche di profitto)**

La valutazione del profitto è effettuata da una commissione d'esame nominata dalla Direttrice o dal Direttore del Dipartimento o, su sua delega, dalla/dal Presidente della Scuola. La commissione è formata dalla/dal titolare dell'insegnamento, eventualmente assistita/o da un'altra o un altro docente o da una cultrice o cultore della materia nominato dal Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione. La studentessa e lo studente hanno diritto di essere esaminati dalla/dal docente titolare dell'attività didattica.

La/il Presidente della commissione d'esame attesta sotto la propria responsabilità la composizione della commissione stessa; in sua assenza le funzioni di Presidente sono assunte da altra/o docente membro della commissione d'esame.

L'esito dell'esame è certificato dalla/dal docente responsabile con la sottoscrizione del verbale digitale nella modalità con firma remota, secondo le procedure adottate dall'Ateneo.

La/il docente titolare delle attività didattiche deve compilare e chiudere i verbali dopo la conclusione di ogni appello e, comunque, entro sette giorni.

**ART. 13 Commissione della prova finale**

Le commissioni della prova finale sono nominate dalla Direttrice o dal Direttore di Dipartimento, presiedute da una/un docente di ruolo e composte da almeno cinque membri compresa/o la/il Presidente, come previsto dal vigente Regolamento didattico di Ateneo; la maggioranza dei membri deve essere costituita da professoresse, professori, ricercatrici e ricercatori a tempo indeterminato e determinato della Scuola di Scienze della Comunicazione.

**ART. 14 Modalità di svolgimento della prova finale**

La laurea in CPO si consegue con l'acquisizione di 120 CFU, nel rispetto del numero massimo di esami o valutazioni finali di profitto previste dal piano di studio, compreso l'esito positivo della prova finale.

Le modalità e i criteri per la valutazione conclusiva tengono conto dell'intera carriera della studentessa e dello studente e all'interno del corso di studio, dei tempi e delle modalità di acquisizione dei CFU, delle attività formative sostenute e della prova finale.

Il voto finale di laurea è espresso in centodecimi, con eventuale lode se presente parere unanime della commissione della prova finale. Il voto minimo per superare la prova è sessantasei/centodieci (66/110).

La prova finale della laurea magistrale corrisponde a 20 CFU (19 CFU per la preparazione e 1 CFU per la discussione).

La prova finale consiste nella discussione pubblica di una tesi elaborata in modo originale

dalla studentessa o dallo studente sotto la guida di una relatrice o di un relatore, incaricata/o di seguire la preparazione della prova finale e relazionare in merito all'attività svolta alla commissione della prova finale. Di norma la prova finale viene assegnata in un insegnamento che sia stato inserito nel piano di studio. Nell'ipotesi in cui la studentessa o lo studente intenda sostenere la prova finale nell'ambito di un insegnamento non compreso nel piano degli studi, dovrà presentare apposita istanza al Consiglio della Scuola per richiederne l'autorizzazione.

L'elaborato può essere redatto in lingua straniera, previa approvazione da parte del Consiglio della Scuola e presentato insieme a una sintesi in lingua italiana.

Parte delle attività connesse alla predisposizione dell'elaborato finale possono essere condotte in soggiorno Erasmus (studio o traineeship), previa autorizzazione da parte della relatrice o del relatore. Al termine della discussione la commissione della prova finale comunica il voto alla studentessa o allo studente ed effettua la proclamazione in una cerimonia pubblica, con contestuale consegna del diploma di laurea.

La prova finale deve presentare un livello di complessità, approfondimento e originalità superiore a quanto richiesto per la prova finale del corso di studio triennale. Può consistere alternativamente in:

- un elaborato di analisi e approfondimento di una tematica concordata con una/un docente del corso di studio. L'elaborato, di natura teorica, metodologica o applicativa, deve essere pertinente con il percorso di studio di CPO e prevede una rassegna ragionata della letteratura di riferimento nazionale e internazionale, un inquadramento del problema e una trattazione esauriente che introduca elementi di originalità nel campo specifico di studi;

- la realizzazione di un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso di CPO concordato con una/un docente del corso di studio (es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione pubblica istituzionale o sociale, di un sito web, immagine coordinata, prodotto multimediale, ecc.). L'elaborato deve prevedere un inquadramento teorico e metodologico del progetto che rimandi alla letteratura di riferimento e includere una valutazione critica del progetto in termini di effetti (ricadute sui processi di comunicazione, economici e sociali).

La tesi di laurea viene discussa dalla candidata o dal candidato di fronte alla commissione della prova finale che include la relatrice o il relatore. Lo svolgimento della prova e la proclamazione del risultato finale sono pubblici. Il punteggio finale di laurea viene calcolato a partire dalla media ponderata dei voti degli esami di profitto.

Alla prova finale viene attribuito un punteggio massimo di 6 punti, su proposta della relatrice o del relatore e a seguito della discussione dei membri della commissione, che valutano sia la qualità dell'elaborato sia la capacità di esposizione e di argomentazione. Un punteggio di 1-2 punti è riconosciuto a tesi sufficienti, di 3-4 punti a tesi discrete e buone, di 5-6 punti a tesi ottime.

La lode viene conferita a tesi eccellenti e viene concessa con parere unanime della commissione della prova finale.

Punteggio aggiuntivo stabilito dagli Organi di Governo

È inoltre prevista l'assegnazione di un punto aggiuntivo al voto di laurea per le rappresentanze studentesche nei seguenti organi:

- Senato Accademico
- Consiglio di Amministrazione
- Nucleo di Valutazione
- Commissioni Paritetiche Docenti Studenti
- Consiglio di Dipartimento
- Consiglio della Scuola
- Consiglio di Amministrazione dell'Erdis.

Se la studentessa e lo studente hanno fatto parte di uno di questi organi collegiali per almeno un anno e hanno partecipato ad almeno il 75% delle riunioni, verrà attribuito dalla commissione della prova finale il punto aggiuntivo (1/110) su istanza dell'interessata/o e ne verrà fatta menzione anche nel Diploma Supplement.

Viene inoltre assegnato 1 punto ulteriore a tesi svolte all'estero durante il soggiorno Erasmus, alla studentessa e allo studente che abbiano conseguito almeno 9 CFU nel periodo di studio all'estero.

Alla studentessa e allo studente che si sono particolarmente distinti nel proprio percorso di studio, la commissione può assegnare una "Menzione Speciale" e "Dignità di Stampa" alla tesi di laurea. Per ricevere la "Menzione Speciale" è necessario aver maturato una media ponderata degli esami pari almeno al 29,5 su 30/30 o ottenuto un numero di lodi corrispondente ad almeno 1/3 del totale delle votazioni conseguite.

L'attribuzione della Menzione Speciale sarà inserita nel Diploma Supplement.

Per conferire la "Dignità di Stampa" a una tesi di laurea, la relatrice o il relatore devono informare via e-mail la Direttrice o il Direttore del Dipartimento almeno 20 giorni prima della data prevista per l'esame finale e trasmettere copia della tesi. La Direttrice o il Direttore, sentita/o la/il Presidente della Scuola, nomina una commissione di tre esperte/i (scelti tra il personale docente dell'Ateneo e, in caso di specifiche tematiche, anche di altri Atenei) che, almeno tre giorni prima della data fissata per la prova finale, devono comunicare per iscritto il loro giudizio sull'elaborato espresso a maggioranza assoluta. La commissione della prova finale riceverà comunicazione del giudizio e, nel caso di giudizio favorevole, può deliberare all'unanimità il conferimento della "Dignità di Stampa".

## **ART. 15 Percorso a tempo parziale**

Il corso di studio prevede la modalità di iscrizione a tempo parziale (part time), secondo i criteri esplicitati nel vigente Regolamento degli studenti e delle studentesse del I e II livello. L'opzione per il tempo parziale deve essere effettuata al momento dell'iscrizione e una sola volta nella carriera di studio.

Il percorso formativo part time è articolato su quattro anni; in ogni anno di corso è previsto un massimo di 36 CFU.

L'obbligo di frequenza è limitato ai soli corsi laboratoriali non obbligatori in piano di studio (3/4 delle ore di lezione). Studentesse e studenti iscritti al percorso a tempo parziale possono accedere alla piattaforma Moodle Blended e usufruire dei materiali integrativi e di studio dei singoli insegnamenti. Possono inoltre usufruire del servizio di tutorato.

Per il piano di studio part time si veda il pdf allegato.

## **ART. 16 Contemporanea iscrizione**

L'iscrizione contemporanea a due corsi di studio può essere effettuata presso uno stesso Ateneo o presso Atenei o Istituzioni di Alta Formazione Artistica e Musicale, anche esteri.

Non è possibile l'iscrizione a due corsi di studio che prevedano entrambi la frequenza obbligatoria, a meno che tale obbligo non riguardi solo attività di laboratorio e tirocinio.

L'iscrizione a due corsi di studio, appartenenti a classi di laurea diverse, è consentita qualora i due corsi di studio si differenzino per almeno i due terzi delle attività formative dell'offerta didattica programmata.

Per le modalità di iscrizione contemporanea a due corsi di studio si rimanda al vigente Regolamento degli studenti e delle studentesse dei corsi di studio di I e II livello.

Per la Scuola di Scienze della Comunicazione è presente una commissione contemporanea iscrizione per la verifica delle regole di compatibilità per l'iscrizione contemporanea a due

corsi di studio, nominata dal Consiglio della Scuola e in carica fino a due mesi successivi alla conclusione del mandato della/del Presidente della Scuola. La commissione è composta da almeno una/un docente del corso di studio e dal personale della segreteria didattica. La commissione si riunisce periodicamente per verificare il rispetto delle regole di compatibilità tra due corsi di studio.

## **ART. 17 Orientamento e tutorato**

Le attività di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita sono organizzate dall'Ateneo, dalla Scuola di Scienze della Comunicazione e/o dal corso di studio. Il CdS CPO propone e coordina, unitamente alla/al docente responsabile dell'orientamento e alla/al referente del CdS, tutte le attività di orientamento, tutorato e placement, in collaborazione con i relativi uffici dell'Ateneo. Le attività di orientamento sono organizzate dalla delegata o dal delegato all'orientamento della Scuola di Scienze della Comunicazione. Per CPO è presente una/un docente tutor e almeno due studentesse/studenti tutor della Scuola di Scienze della Comunicazione, questi ultimi contrattualizzati annualmente sulla base dei bandi di Ateneo, che hanno il compito di supportare, orientare e informare la studentessa e lo studente rispetto alle caratteristiche del percorso di studio.

I nominativi delle/dei docenti e delle studentesse e degli studenti tutor, nonché gli orari di ricevimento, sono reperibili sulla pagina web del CdS e del Dipartimento.

### **Orientamento e tutorato in ingresso**

L'Ateneo organizza incontri sul corso di studio in occasione degli Open Day, programmati in diversi momenti dell'anno accademico. Il corso di studio offre un servizio di orientamento a distanza a studentesse e studenti interessati a iscriversi a CPO, che possono contattare la/il referente del CdS, la segreteria didattica della Scuola e le studentesse e gli studenti tutor per avere informazioni sul possesso dei requisiti curriculari di accesso, sul piano di studio, sulle strutture didattiche a disposizione, sull'esperienza del percorso formativo e per richiedere un appuntamento per un incontro individuale.

### **Orientamento e tutorato in itinere**

La/il docente e le studentesse e gli studenti tutor, insieme alla delegata o al delegato all'orientamento della Scuola di Scienze della Comunicazione, si occupano dell'affiancamento durante il percorso di studio. In particolare, la/il docente tutor svolge funzioni di attività didattico-integrative, recupero, orientamento e monitoraggio in itinere delle carriere. L'attività tutoriale nei confronti della laureanda e del laureando è svolta primariamente dalla/dal docente che supervisiona la dissertazione finale. Il servizio di tutorato è fornito invece dalle studentesse e dagli studenti tutor e coordinato dalla/dal docente referente, offre consulenza mirata sia durante i mesi estivi per le neo-matricole, sia durante l'anno accademico. La presenza delle studentesse e degli studenti tutor assicura la facilitazione, il raccordo e la diffusione di informazioni e chiarimenti fra pari.

### **Orientamento e tutorato in uscita**

L'Ateneo, mediante apposite strutture attivate anche nel Dipartimento DISCUI, offre alle imprese la possibilità di creare un incrocio domanda/offerta il più rispondente possibile alle proprie esigenze e alle competenze delle laureate e dei laureati in uscita. Le imprese, inoltre, concorrendo alla progettazione dell'offerta formativa, danno un contributo alla definizione dei percorsi formativi futuri e alla definizione dei profili professionali del corso di studio, affinché rispondano ai reali fabbisogni professionali del mondo del lavoro.

Nell'ambito delle iniziative di Ateneo, almeno una volta all'anno è organizzato il Career Day, che comprende cicli di seminari finalizzati all'approfondimento del mercato del lavoro e degli strumenti per un efficace inserimento. Le aziende partecipano sia con presentazioni

aziendali sia con colloqui di recruitment mirati. Il corso di studio partecipa attivamente al Career Day, attraverso la delegata o il delegato di Dipartimento, progettando e organizzando seminari professionalizzanti.

L'Ufficio Stage e Job Placement, in raccordo con l'ufficio Stage della Scuola di Scienze della Comunicazione, offre informazioni sui servizi disponibili e promuove tirocini curriculari ed extracurriculari finalizzati all'inserimento nel mercato del lavoro, favorendo così la riduzione dei tempi di ingresso. Il corso di studio promuove stage post laurea e partecipa a iniziative di accompagnamento al lavoro in collaborazione con associazioni di categoria del territorio; inoltre ha costruito un gruppo Facebook in cui sono segnalate a laureande/i e laureate/i offerte di lavoro su richiesta di aziende ed enti convenzionati con CPO.

Tra le principali attività di accompagnamento al lavoro realizzate da CPO si segnalano i progetti de la COLONIA della comunicazione, agenzia di comunicazione interna al corso di studio che, durante il biennio di studio, consente a studentesse e studenti di confrontarsi con aziende ed enti e le loro richieste di interventi di comunicazione. La COLONIA della comunicazione è costituita da docenti, studentesse e studenti, professioniste/i esterni; promuove e partecipa a concorsi, contest e workshop professionalizzanti in collaborazione con imprese, agenzie di comunicazione e enti pubblici, con lo scopo di supportare la progettazione e la realizzazione di campagne di comunicazione per clienti esterni, nazionali e internazionali.

Nell'ambito delle attività de la COLONIA della comunicazione sono inoltre organizzati seminari professionalizzanti a integrazione di quanto offerto nei diversi insegnamenti del corso di studio.

## **ART. 18 Assicurazione della Qualità della didattica**

La politica di Assicurazione Qualità (AQ) del corso di studio CPO è attuata in accordo con il Piano Strategico di Ateneo e con la Politica della Qualità di Ateneo, in coordinamento con il Presidio di Qualità di Ateneo, il Nucleo di Valutazione di Ateneo, il Dipartimento DISCUI e la Scuola di Scienze della Comunicazione, al fine di conseguire obiettivi relativi al sistema di qualità.

Il sistema di gestione del CdS CPO, con particolare riferimento a quanto previsto dalla Scheda Unica Annuale del corso di studio (SUA-CDS) in termini di Obiettivi della Formazione, Esperienza dello Studente, Risultati della Formazione e Organizzazione e Gestione della Qualità, è descritto nel Documento di gestione del corso di studio.

Gli organi della Assicurazione Qualità del corso di studio sono:

- la/il referente del CdS
- il Gruppo AQ
- la Commissione Paritetica Docenti Studenti di Dipartimento.

Gli organi dell'AQ della didattica si occupano del monitoraggio e dell'assicurazione della qualità dei corsi di studio, della verifica della compilazione della SUA-CDS e del coordinamento di tutte le azioni preventive e correttive necessarie a garantire la qualità dei corsi di studio; si occupano di predisporre interventi di miglioramento continuo della gestione dei corsi di studio e della didattica, si occupano della gestione delle segnalazioni e dei reclami provenienti dalla componente studentesca e lavorano in stretto coordinamento, con la Commissione Paritetica Docenti Studenti del Dipartimento DISCUI.

La partecipazione di studentesse e studenti costituisce un fattore imprescindibile all'interno dei processi di qualità di Ateneo e viene assicurata attraverso la presenza della rappresentanza studentesca all'interno degli Organi di Governo e degli organismi dei corsi di studio quali, in prima istanza, la Commissione Paritetica Docenti Studenti.

Il monitoraggio delle rilevazioni delle opinioni di studentesse e studenti, laureande e

laureandi, laureate e laureati e la valutazione dell'efficacia degli interventi di miglioramento e le loro effettive conseguenze costituiscono ulteriori modalità concrete per la realizzazione del continuo confronto con il corpo studentesco e le parti interessate ai fini della ottimale erogazione della formazione e dei servizi.

### ART. 19 Attività all'estero: studio, tirocinio e preparazione tesi

Il corso di studio CPO promuove e incoraggia la partecipazione di studentesse e studenti ai programmi di mobilità e di scambio internazionali riconosciuti dall'Ateneo, quali il bando Erasmus+ Studio ed Erasmus Traineeship, assicurandone il massimo riconoscimento all'interno del piano di studio.

Le/i referenti Erasmus della Scuola di Scienze della Comunicazione promuovono annualmente la partecipazione di studentesse e studenti ai bandi, anche attraverso la segnalazione dei bandi nella pagina web del CdS.

È prevista la possibilità che studentesse e studenti possano condurre in tutto o in parte le attività di predisposizione e ricerca connesse alla redazione dell'elaborato finale avvalendosi del soggiorno Erasmus (sia per studio sia in tirocinio) previa autorizzazione da parte della relatrice o del relatore, previo inserimento dello stesso all'interno del learning agreement e di concerto anche con la/il referente Erasmus di riferimento.

Nei CFU previsti per la prova finale, sono indicati quelli relativi all'attività Erasmus.

Il Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione può riconoscere, su richiesta dell'interessata/o, l'attività di traineeship come attività curriculare di tirocinio formativo svolto all'estero.

### ART. 20 Struttura del corso di studio

#### PERCORSO PDS0-2014 - Percorso PERCORSO COMUNE

Tipo Attività Formativa: Caratterizzante	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	35	32 - 44		SECS-P/08 8 CFU	A002114 - MARKETING DELLA CULTURA E DEL TERRITORIO Anno Corso: 2	6
					A000357 - STRATEGIE DI SVILUPPO E GESTIONE DELLA MARCA Anno Corso: 2	6
				SPS/07 12 CFU	A001903 - COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO Anno Corso: 1	6
				SPS/08 12 CFU	A001479 - COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI Anno Corso: 1	9
					A001174 - COMUNICAZIONE SOCIALE E ISTITUZIONALE Anno Corso: 2	8
					A000088 - LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA Anno Corso: 2	6

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

					A002115 - LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY Anno Corso: 2	6
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati	
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	24	18 - 24		ICAR/13 6 CFU	A002529 - LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA Anno Corso: 1	6
				SPS/08 18 CFU	A001173 - LABORATORIO DI WEB MARKETING Anno Corso: 1	6
					A000082 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI Anno Corso: 1	9
					A001172 - SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI Anno Corso: 1	9
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati	
<b>Totale Caratterizzante</b>	<b>59</b>					<b>77</b>

Tipo Attività Formativa: Affine/Integrativa	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
Attività formative affini o integrative	15	12 - 20		L-ART/02	A000089 - LINGUAGGI ARTISTICI Anno Corso: 2	6
					A000089 - LINGUAGGI ARTISTICI Anno Corso: 1	6
				L-ART/06	A001478 - LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE Anno Corso: 1	9
				M-STO/04	A002113 - STORIA DEI CONSUMI CULTURALI Anno Corso: 1	6
				SECS-P/08 6 CFU	6108050 - MARKETING Anno Corso: 1	6
				SPS/04		
				SPS/08 6 CFU	A000754 - LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA Anno Corso: 1	6
					601127 - LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA Anno Corso: 1	6
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati	
<b>Totale Affine/Integrativa</b>	<b>15</b>					<b>45</b>

Tipo Attività Formativa: A scelta dello studente	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
A scelta dello studente	12				A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE Anno Corso: 2 SSD: NN	6
					A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE Anno Corso: 1 SSD: NN	6
					60030001 - COMUNICAZIONE AZIENDALE E INTERNET MARKETING Anno Corso: 2 SSD: SECS-P/08	6

					A002133 - POLITICA E SOCIETÀ Anno Corso: 2 SSD: SPS/04	6	
					A000247 - SCIENZA DELLA POLITICA - CORSO AVANZATO Anno Corso: 2 SSD: SPS/04	6	
					A002117 - SOCIOSEMIOTICA DEL TURISMO Anno Corso: 2 SSD: SPS/08	6	
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati		
Totale A scelta dello studente	12						36

Tipo Attività Formativa: Lingua/Prova Finale	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF	
Per la prova finale	20				A000878 - DISCUSSIONE DELLA PROVA FINALE Anno Corso: 2 SSD: PROFIN S	1	
					A000877 - PREPARAZIONE DELLA PROVA FINALE Anno Corso: 2 SSD: PROFIN S	19	
Totale Lingua/Prova Finale	20						20

Tipo Attività Formativa: Altro	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF	
Ulteriori conoscenze linguistiche	6				A002116 - GLOBAL AUDIOVISUAL MEDIA INDUSTRIES Anno Corso: 2 SSD: NN	6	
					601117 - LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ) Anno Corso: 2 SSD: NN	6	
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati		
Tirocini formativi e di orientamento	8				6108013 - STAGE E TIROCINI Anno Corso: 2 SSD: NN	8	
Totale Altro	14						20

<b>Totale CFU Minimi Percorso</b>	<b>120</b>
<b>Totale CFU AF</b>	<b>198</b>

## ART. 21 Piano degli studi

Per il dettaglio del piano di studio a.a. 2022/2023 vedi pdf allegato.

### PERCORSO PDS0-2014 - PERCORSO COMUNE

**1° Anno**

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A001479 - COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI	9	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:54	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A002529 - LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA	6	ICAR/13	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A000082 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	9	SPS/08	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:54	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A001172 - SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI	9	SPS/08	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:54	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A001903 - COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO	6	SPS/07	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A001173 - LABORATORIO DI WEB MARKETING	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000089 - LINGUAGGI ARTISTICI	6	L-ART/02	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
6108050 - MARKETING	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A000754 - LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA	6	SPS/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
601127 - LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA	6	SPS/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A001478 - LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE	9	L-ART/06	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:54	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A002113 - STORIA DEI CONSUMI CULTURALI	6	M-STO/04	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE	6	NN	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Ciclo Annuale Unico	Obbligatorio	Orale

**2° Anno**

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A002114 - MARKETING DELLA CULTURA E DEL TERRITORIO	6	SECS-P/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A001174 - COMUNICAZIONE SOCIALE E ISTITUZIONALE	8	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:48	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A000088 - LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A002115 - LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000357 - STRATEGIE DI SVILUPPO E GESTIONE DELLA MARCA	6	SECS-P/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000089 - LINGUAGGI ARTISTICI	6	L-ART/02	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE	6	NN	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36		Obbligatorio	Orale
60030001 - COMUNICAZIONE AZIENDALE E INTERNET MARKETING	6	SECS-P/08	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A002133 - POLITICA E SOCIETÀ	6	SPS/04	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000247 - SCIENZA DELLA POLITICA - CORSO AVANZATO	6	SPS/04	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A002117 - SOCIOSEMIOTICA DEL TURISMO	6	SPS/08	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000878 - DISCUSSIONE DELLA PROVA FINALE	1	PROFIN_S	Lingua/Prova Finale / Per la prova finale		PRF:10	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A000877 - PREPARAZIONE DELLA PROVA FINALE	19	PROFIN_S	Lingua/Prova Finale / Per la prova finale		PRF:190	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A002116 - GLOBAL AUDIOVISUAL MEDIA INDUSTRIES	6	NN	Altro / Ulteriori conoscenze linguistiche		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
601117 - LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ)	6	NN	Altro / Ulteriori conoscenze linguistiche		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
6108013 - STAGE E TIROCINI	8	NN	Altro / Tirocini formativi e di orientamento		STA:80	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale