



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Nome del corso in italiano	Informazione, media, pubblicità (<i>IdSua:1568106</i>)
Nome del corso in inglese	Information, media and advertisement
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.uniurb.it/corsi/1756827
Tasse	Pdf inserito: visualizza
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MORETTI Sabrina
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio Scuola di Scienze della comunicazione
Struttura didattica di riferimento	Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCU)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	ANTONIONI	Stefania		PA	1	
2.	BOCCIA ARTIERI	Giovanni		PO	1	

3.	CORSI	Mario	RU	1
4.	FARCI	Manolo	RD	1
5.	MAGNANI	Carlo	RU	1
6.	MIGLIORE	Tiziana Maria	PA	1
7.	MORETTI	Sabrina	PA	1
8.	SALVUCCI	Roberto	RU	1
9.	TONELLI	Anna	PO	1

Rappresentanti Studenti	De Masi Bruno b.demasi@campus.uniurb.it Fichera Chiara c.fichera1@campus.uniurb.it
Gruppo di gestione AQ	STEFANIA ANTONIONI ROBERTA BARTOLETTI ENRICA CIMARELLI LORENZO GIANNINI CARLO MAGNANI
Tutor	Mario CORSI

 **Il Corso di Studio in breve**

09/02/2022

Il Corso di laurea in Informazione, media, pubblicità (L-20) è costruito su un progetto formativo che integra la dimensione del 'sapere' con quella del 'fare', per sviluppare capacità di: • analisi critica dell'uso delle diverse tecniche, metodologie e linguaggi negli ambiti del sociale, dei media e delle forme organizzative e spettacolari; • progettazione di contenuti mediali, forme spettacolari, prodotti per l'industria culturale e per il mondo dell'editoria e della pubblicità; • sviluppo e diffusione dei prodotti comunicativi attraverso diverse forme mediali con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (piattaforme, siti e blog, podcasting, web services, tv digitale mobile e ad alta definizione).

L'obiettivo del Corso di laurea è formare figure professionali con competenze relative ai linguaggi mediali e alle discipline dello spettacolo, alle forme espressive contemporanee con particolare attenzione alle nuove forme mediali e ai linguaggi del digitale al fine di: - operare nel campo della comunicazione mediale, in particolare quella giornalistica e quella relativa all'ideazione, produzione e gestione dello spettacolo e dell'intrattenimento nei diversi apparati dell'industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet); -operare nel campo della comunicazione pubblicitaria, pubblica e d'impresa con particolare riferimento alle organizzazioni complesse pubbliche e private e alle forme di comunicazione cross mediale.



QUADRO A1.a

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

24/05/2018

Sintesi del tavolo di consultazione tenutosi il 22/01/2014.

Risultano presenti i rappresentanti degli enti locali, dell'Ufficio Scolastico Regionale, le organizzazioni rappresentative della produzione (Confindustria, CCIAA e CNA della Provincia di Pesaro e Urbino, oltre a diverse rappresentanze delle Confederazioni presenti nel settore dei servizi e del commercio) e i rappresentanti di categoria (ordine degli avvocati e dei geologi).

In assenza del Rettore per impegni istituzionali, funge da Presidente della seduta il Prorettore ai Processi Formativi, Prof. Massimo Baldacci, il quale passa a illustrare il piano dell'Offerta Formativa 2014-2015 (che si riporta in allegato al presente verbale) annunciando con soddisfazione che l'Ateneo non è stato costretto a nuove manovre di razionalizzazione. Si porta all'attenzione dei presenti che saranno mantenuti i corsi esistenti, ma che al contempo sono stati varati nuovi progetti formativi che di fatto hanno portato alla riformulazione dei previgenti corsi.....

OMISSIS

Inoltre, per diversi corsi di studio sono state proposte modifiche di ordinamento mirate ad avere una sempre più attenta corrispondenza fra finalità e proposte formative in osservanza a una strategia di sostenibilità di medio periodo. I Presenti si dichiarano soddisfatti delle nuove iniziative intraprese dall'Ateneo, dalla rinnovata capacità propositiva che in essi viene espressa. Il Sindaco sottolinea che un'offerta formativa qualificata e distintiva rappresenta un valore fondante non solo per l'Ateneo ma per tutto il territorio in cui questo è inserito e si congratula per il risultato.



QUADRO A1.b

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

09/02/2022

SINTESI DEL TAVOLO DI CONSULTAZIONE DELL'ATENEO SULL'OFFERTA FORMATIVA 2021/2022 CON I RAPPRESENTANTI DELLE ORGANIZZAZIONI RAPPRESENTATIVE NEL MONDO DELLA PRODUZIONE, DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI

Il giorno 7 gennaio 2021 si è riunito il Tavolo di Consultazione dell'ateneo con i Rappresentanti delle organizzazioni rappresentative nel mondo della produzione, dei servizi e delle professioni, ai fini della presentazione dell'Offerta Formativa per l'a.a. 2021/22. Risultano presenti: un rappresentante del Sindaco del Comune di Urbino, il Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino, una delegata del Sindaco del Comune di Pesaro, il Vice Presidente dell'ERDIS, la Dirigente dell'Ufficio Scolastico Regionale - Ambito territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino, una rappresentante della Confindustria di Pesaro e Urbino, il Presidente dell'Accademia Raffaello di Urbino, un rappresentante della Confederazione Sindacale CISL, una rappresentante della CONFAPI di Pesaro e Urbino, un rappresentante del Confartigianato di Pesaro e Urbino, il Segretario della Confcommercio di Pesaro e Urbino, il Dirigente Scolastico dell'ITIS di Urbino, una rappresentante della Dirigente Scolastica della Scuola del Libro Liceo Artistico Urbino, un rappresentante

dell'Ordine degli Avvocati del Tribunale di Urbino, un rappresentante dell'Ordine dei Commercialisti e Contabili della Provincia di Pesaro e Urbino, un rappresentante dell'Ordine dei Geometri della Provincia di Pesaro e Urbino, un rappresentante dell'Ordine dei Geologi della Regione Marche, Presiede la seduta il Rettore e partecipano all'incontro anche il Prorettore Vicario, il Direttore del Dipartimento DISCUI, Prorettore Didattica, Comunicazione interna ed esterna, i Direttori dei Dipartimenti DISPEA e DISTUM, la responsabile del Settore Didattica, Post Laurea e Formazione Insegnanti e la responsabile dell'Ufficio Offerta Formativa di Ateneo. È presente inoltre un componente della Segreteria del Rettore, con funzione di Segretario verbalizzante.

Il Rettore, dopo aver salutato e ringraziato i presenti, invita il Prorettore alla Didattica, Comunicazione interna ed esterna ad illustrare il primo punto dell'ordine del giorno.

1. Presentazione offerta formativa 2021-2022

Il Prorettore a Didattica, Comunicazione Interna ed Esterna, con l'aiuto di slide esplicative, illustra ai presenti l'offerta formativa 2021-2022 dell'Ateneo, corredandola dei confortanti dati sull'andamento delle immatricolazioni all'Università di Urbino, pari a un aumento di circa il 10% rispetto al precedente anno e ormai in costante crescita da sei anni. Prosegue poi mostrando ulteriori slides che descrivono l'offerta formativa 2021-2022 dell'Ateneo, sottolineando i due fondamentali principi che la guidano: affinarla costantemente adeguandola ai bisogni e alle tendenze della società e completare le filiere in modo da consentire agli studenti di completare il proprio processo formativo all'interno dell'Università di Urbino. Nello specifico, oltre a ricordare i corsi per i quali l'ordinamento viene riproposto senza variazioni, il Prorettore evidenzia le novità dell'offerta: nel dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) la modifica dell'ordinamento didattico della Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione per le aziende (LM-77) e la modifica della Laurea in Economia e Management in interclasse in Economia Aziendale e in Scienze Economiche (L-18&L-33). Nel Dipartimento di Scienze Biomolecolari (DISB) è stato invece istituito il nuovo Corso di Laurea Magistrale in Biotecnologie mediche per la diagnostica e la terapia (LM-9), che completa in particolare la filiera delle lauree in Scienze biologiche e in Biotecnologie e come detto in premessa consentirà agli studenti di Uniurb di completare il proprio percorso di studi all'interno dell'Ateneo. A conclusione del suo intervento, annuncia che il 3-4-5 febbraio 2021 si terrà il consueto appuntamento con 'Università Aperta' in modalità online ma anche la progressiva riapertura delle strutture dell'Università di Urbino, concordemente con le normative in vigore, a partire dal prossimo mese di marzo, fino all'auspicabile ripristino delle attività in presenza.

2. Attività Università-Territorio

Il Rettore, nel ringraziare il Prorettore Didattica, Comunicazione Interna ed Esterna per l'approfondita esposizione, sottolinea il fatto che le università, più che seguire l'economia e la società, debbano avere l'ambizione di influenzarne le dinamiche anticipando le tendenze e le dinamiche. Un'aspirazione che vale tanto più per Urbino che da sempre riveste un ruolo importante per il territorio, in particolare quello riferito alla Provincia di Pesaro Urbino. Ricorda che l'aumento delle immatricolazioni che quest'anno è di circa il 10%, il più alto fra gli atenei marchigiani, è ormai un dato costante da diversi anni, indubbiamente favorito in questo anno così particolare dall'innalzamento della no-tax area a 25mila euro di ISEEU e dalla possibilità di seguire lezioni ed esami mediante la didattica a distanza, riducendo considerevolmente le spese universitarie di studenti e famiglie. Una sfida che si può dire vinta grazie alla rapida riorganizzazione dei corsi e a importanti investimenti in tecnologia destinata all'allestimento di aule attrezzate e alla fornitura agli studenti di strumenti adeguati e supporto professionale, che hanno consentito di limitare al massimo le difficoltà e il digital divide. Concluso l'intervento del Rettore, primo a intervenire nella discussione è il rappresentante dell'Ordine dei Geologi della Marche che chiede informazioni sulle modalità con cui sono state portate avanti le attività di laboratorio e in particolare quelle del corso in geologia. Il Prorettore Vicario risponde che i vari DPCM hanno consentito lo svolgimento in presenza della maggior parte di attività scientifiche e di laboratorio, tanto più quelle che si sono svolte all'aperto, perciò a Urbino non ci sono stati particolari problemi anche in considerazione del numero limitato di studenti dei corsi in oggetto. Il Comune di Urbino ricorda la stretta collaborazione con l'Ateneo, ribadendo che continuerà a porre attenzione alla convivenza tra studenti e cittadini e a sostenere la valorizzazione e il recupero del centro storico che gli importanti investimenti dell'Università stanno realizzando, a partire dalla recente apertura del complesso di San Girolamo, che determineranno una nuova fruizione della città all'insegna della cultura e della socialità. Interviene poi la Provincia di Pesaro e Urbino, per la quale è importante che l'Università sia un modello di riferimento e di guida, anche per gli investimenti prossimi destinati a rilanciare un'economia in gravissima difficoltà, un tema sul quale concorda anche il Comune di Pesaro ricordando l'importanza fondamentale che rivestiranno per il territorio gli imminenti investimenti in tema di Recovery Plan. L'Ente Regionale per il Diritto allo Studio (ERDIS) ricorda che la provincia di Pesaro e Urbino è tra quelle che in Italia ha l'età media più alta. Eppure ogni anno migliaia di studenti si laureano a Urbino, la metà dei quali provengono da altre regioni. Ma quasi tutti, compresi quelli marchigiani, vanno poi a lavorare in altre regioni

o all'estero. Si devono perciò studiare e realizzare politiche che diano loro la possibilità di restare e di mettere su famiglia dove hanno conseguito la laurea.

Il rappresentante della CISL si aggancia a questo tema e lo appoggia ricordando di avere chiesto da tempo che si costituiscano tavoli di lavoro destinati proprio a favorire la ricaduta sulla città e sul territorio dei saperi e delle professionalità espresse dall'Università e volte a valorizzare l'immenso patrimonio culturale, artistico, enogastronomico della città di Urbino e dell'entroterra provinciale. Ciò in particolare per favorire il lavoro dei giovani che così darebbero nuova linfa all'economia e alla società e fermerebbero il fenomeno di un progressivo spopolamento che sta procedendo inesorabilmente. Il sindacato auspica perciò che il Tavolo di Consultazione non resti episodico e rituale ma divenga concretamente un periodico punto di progettualità e di strategie. Su questo aspetto si esprime anche la Confcommercio che appoggia la richiesta di nuovi incontri tematici che possano favorire l'elaborazione di strategie sempre più efficaci. Interviene il Prorettore Vicario invitando tutti i presenti a formulare proposte di incontro su temi specifici in modo che si possano organizzare futuri incontri del Tavolo di Consultazione che possano rappresentare non solo un momento di confronto ma anche opportunità di iniziative concrete che possano dar modo all'Università di Urbino di realizzare ancor meglio gli obiettivi di Terza Missione che saranno fondamentali per il rilancio di economia e società al termine della pandemia.

SINTESI DEL PROCESSO DI CONSULTAZIONE PERIODICO DELLE PARTI INTERESSATE A CURA DEL CDS

Accanto alla consultazione di Ateneo delle parti sociali, il referente del CdS in coordinamento con il referente della laurea magistrale della filiera, supportati da colleghi del Gruppo AQ didattica, realizza con cadenza almeno triennale una consultazione delle parti interessate del CdS. L'ultima consultazione è stata effettuata nel 2019, come documentato nella relazione allegata. I risultati della consultazione e le azioni da intraprendere per includere le indicazioni delle parti sociali nella definizione non solo dei piani di studio ma anche dei contenuti dei singoli insegnamenti della laurea triennale e delle attività integrative sono stati analizzati e discussi nella riunione del gruppo AQ del giorno 7 maggio 2019 (allegato al Quadro A1b, SUA 2019) e hanno portato all'attivazione di un nuovo curriculum 'Comunicazione digitale' al fine di rafforzare contenuti segnalati trasversalmente come rilevanti dalle parti interessate rispetto ai diversi profili professionali del corso di studi.

Il nuovo curriculum è stato attivato nel 2019-20 ed entrerà a regime nel 2021-22.

Nell'offerta formativa del 2021-22 si sono operati ulteriori miglioramenti in risposta alla consultazione delle parti interessate e all'analisi degli studi di settore, relativamente a:

- una più precisa profilazione di alcuni insegnamenti in risposta a quanto emerso dalle consultazioni delle parti interessate, rafforzando le competenze nella comunicazione nei media digitali, attraverso l'introduzione di un laboratorio aggiuntivo di social media nella L tra gli affini e integrativi al secondo anno di corso, anticipato rispetto alla profilazione curricolare del piano di studi che è tradizionalmente nel terzo anno;
- l' introduzione di nuovi insegnamenti che arricchiscono l'offerta formativa sostenute dal reclutamento dei nuovi docenti, in particolare nei SSD M-Fil/05, M-STO/04, L-ART/06, SPS/08 e SPS/07, che ampliano le competenze offerte in relazione ai diversi ambiti della produzione culturale e mediale e della comunicazione e all'analisi dei processi culturali e comunicativi.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Comunicatore nell'area dell'informazione, delle forme spettacolari e della creatività pubblicitaria con competenze sugli sviluppi introdotti dai media digitali nei processi di comunicazione per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, imprese e organizzazioni pubbliche e private

funzione in un contesto di lavoro:

- progettazione di contenuti medial, forme spettacolari, prodotti per l'industria culturale e per il mondo dell'editoria e della pubblicità;
- sviluppo e diffusione dei prodotti comunicativi attraverso diverse forme medial con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (blog, podcasting, web services, tv digitale mobile e ad alta definizione).

competenze associate alla funzione:

- competenze teoriche, metodologiche e tecniche di base per la progettazione, realizzazione e valutazione di prodotti comunicativi su informazione, spettacolo e pubblicità nei media tradizionali e digitali, nei contesti organizzativi pubblici e privati;
- competenze teoriche e metodologiche di progettazione e analisi nell'ambito dei processi di ricerca sociale nei campi della comunicazione e dei media

sbocchi occupazionali:

I laureati nel corso di laurea in Informazione, Media, Pubblicità:

- lavorano nell'industria dei media, del cinema e dell'audiovisivo, nell'informazione radio televisiva pubblica e privata e per enti e istituzioni culturali;
- svolgono attività professionali nelle organizzazioni pubbliche e private, nel settore dei media e dell'industria culturale, in campo nazionale ed internazionale.

Possono trovare occupazione in qualità di junior come:

- Addetto alle pubbliche relazioni
- Copywriter
- Direttore artistico
- Esperto o tecnico in comunicazione
- Esperto o tecnico in gestione e pianificazione dei media
- Operatore dell'informazione
- Organizzatore eventi
- Pubblicitario
- Redattore
- Responsabile o assistente alla comunicazione
- Responsabile editoriale
- Ricercatore nel campo della comunicazione e dei media
- Sceneggiatore
- Tecnico dello spettacolo
- Web advisor



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
2. Dialoghista e parolieri - (2.5.4.1.2)
3. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
4. Direttori artistici - (2.5.5.2.3)
5. Sceneggiatori - (2.5.5.2.4)
6. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
7. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)

8. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)

9. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

24/05/2018

Ai sensi del primo comma dell'art. 6 del D.M. 270/2004 sono ammessi al corso di laurea coloro che siano in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo conseguito all'estero ritenuto idoneo. Per l'iscrizione al corso di laurea è necessario superare una verifica volta ad accertare il possesso di adeguate competenze e abilità di base relative all'uso corretto della lingua italiana in forma scritta e all'uso di sistemi informatici. Nel regolamento didattico del corso di laurea verranno previste modalità di accertamento delle conoscenze necessarie per la partecipazione ai corsi e potranno essere definiti obblighi di frequenza ad attività formative specifiche per colmare eventuali lacune rilevate. Il Consiglio di corso, anche sulla base delle indicazioni suggerite dalla Commissione preposta all'esame dei piani di studio individuali, potrà disporre modalità di verifica delle conoscenze necessarie per la partecipazione ai corsi e l'eventuale definizione di obblighi formativi aggiuntivi.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

05/05/2021

Per l'ammissione al Corso di Laurea triennale in Informazione Media Pubblicità L-20, Classe delle lauree in Scienze della comunicazione, occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di un titolo 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 laurea, rispettando l'ordine di perfezionamento delle domande stesse.

E' prevista una prova obbligatoria di Verifica della Preparazione Iniziale (test VPI) che verte sul possesso di competenze di base finalizzata all'individuazione di eventuali carenze formative e utile come strumento di autovalutazione per l'inserimento nel percorso di studi universitario.

Il test VPI viene somministrato per almeno due edizioni l'anno e quello adottato dal corso di laurea è erogato dal CISDEL. Le indicazioni dettagliate su date, orari e sedi delle varie edizioni del test VPI, nonché su argomenti, struttura e soglia di superamento del test stesso, sono pubblicate nella pagina web del corso di laurea. Possono essere eventualmente organizzati corsi propedeutici al sostenimento della prima edizione del test VPI e/o corsi di recupero per chi non ha superato il test VPI, dei quali viene data notizia sulla pagina web del corso di laurea.

La mancata partecipazione al test VPI, così come il suo mancato superamento, comporta l'attribuzione di obblighi formativi aggiuntivi, (OFA) che devono essere soddisfatti entro il primo anno di corso. Gli OFA si considerano assolti con il superamento del test VPI in una successiva edizione o con la partecipazione ai corsi di recupero.

In presenza di OFA da assolvere, lo studente verrà contattato individualmente ai fini dell'assolvimento e non verrà consentita allo studente la partecipazione agli esami successivi al primo anno di corso.

La segreteria studenti competente provvederà a registrare all'interno del fascicolo dello studente il superamento del test VPI e/o l'attribuzione/estinzione di OFA.

24/05/2018

Il piano degli studi mira a fornire gli strumenti teorici, metodologici e tecnici per la formazione di base e per quella professionale nelle discipline della comunicazione.

Obiettivo formativo specifico del corso di laurea è la preparazione teorica, metodologica e tecnica di laureati in grado di operare:

- nel campo della comunicazione mediale, in particolare quella giornalistica e quella relativa all'ideazione, produzione e gestione dello spettacolo e dell'intrattenimento nei diversi apparati dell'industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet);
- nel campo della comunicazione pubblicitaria, pubblica e d'impresa con particolare riferimento alle organizzazioni complesse pubbliche e private e alle forme di comunicazione cross mediale.

Particolare attenzione viene prestata al contesto dell'attuale situazione socio-culturale, a partire dall'impatto prodotto dai nuovi media e dai social media nel diversificato paesaggio tecnologico della comunicazione. La svolta culturale che i nuovi media introducono nei processi comunicativi richiede un approfondimento empirico delle nuove tecnologie, delle forme di comunicazione e un approccio critico sugli esiti e sugli effetti.

Il percorso formativo deve fornire competenze teoriche e applicative in sintonia con l'interesse generale della tradizione culturale della modernità rapportata alle esigenze delle forme comunicative contemporanee, attraverso l'offerta di itinerari didattici aggiornati, orientati ad un approccio transdisciplinare.

I laureati disporranno di:

- conoscenze e capacità di analisi dei contesti sociali, politici e culturali che influenzano i processi di comunicazione e il funzionamento delle organizzazioni comunicative nella società contemporanea, con particolare riferimento alla legislazione e alle politiche dell'informazione e della comunicazione;
- conoscenze e capacità di analisi delle strutture e dei processi della comunicazione nelle loro diverse forme e livelli, dalla comunicazione interpersonale faccia a faccia fino ai sistemi complessi della comunicazione mediata;
- conoscenze e capacità di uso efficace della lingua italiana e della lingua inglese in forma orale e scritta, anche con riferimento ai linguaggi settoriali e specialistici propri delle professioni della comunicazione;
- conoscenze e capacità di analisi delle logiche, delle forme organizzative, dei linguaggi dei diversi media: stampa, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media, social media;
- conoscenze e capacità di analisi delle problematiche relative ai diversi campi applicativi della comunicazione mediale, pubblica, d'impresa, pubblicitaria;
- competenze e abilità di gestione delle relazioni con il pubblico (utenti, clienti, cittadini) nelle organizzazioni e amministrazioni pubbliche, private e non profit
- competenze e abilità di base necessarie alla ideazione e realizzazione di testi e prodotti relativi a:
 - o comunicazione giornalistica (della carta stampata, dei media audiovisivi, dei nuovi media, dei social media) con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (blog, podcasting, web services, tv digitale mobile e ad alta definizione).
 - o prodotti spettacolari e di intrattenimento nei diversi ambiti dell'industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet) e dell'editoria (sceneggiature, soggetti, story-board, video, format, prodotti audiovisivi, testi per l'editoria, saggi e articoli, etc.) con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie;
 - o prodotti per la comunicazione pubblicitaria, convenzionale (messaggi pubblicitari, testuali e audiovisivo, etc.) e non convenzionale (guerriglia, ambient advertising etc.)
 - o prodotti per comunicazione d'impresa, la comunicazione pubblica e del turismo

L'acquisizione delle conoscenze e delle competenze che caratterizzano il corso di laurea in Informazione, Media, Pubblicità avviene mediante lezioni frontali, laboratori, esercitazioni, seminari, workshop, conferenze e attività integrative che vedono anche il coinvolgimento di professionisti, esperti e operatori dei diversi settori della comunicazione.

Completa il percorso formativo la possibilità di realizzare uno stage presso imprese e agenzie di comunicazione, enti o istituti di ricerca, aziende ed amministrazioni pubbliche, oltre a soggiorni presso altre università estere nel quadro di accordi internazionali.

 QUADRO A4.b.1 RAD	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

Conoscenza e capacità di comprensione		
Capacità di applicare conoscenza e comprensione		

 QUADRO A4.b.2	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------

Area conoscenza e analisi critica della società dell'informazione
Conoscenza e comprensione Il laureato - possiede una conoscenza di base dei quadri teorici per la comprensione della società dell'informazione e dei contesti sociali e culturali in cui si collocano l'industria culturale e le organizzazioni complesse; - possiede strumenti concettuali di base per l'analisi critica della società attuale, relativamente alle variabili storiche, culturali e normative, con particolare attenzione agli aspetti culturali e comunicativi
Capacità di applicare conoscenza e comprensione Il laureato - sa applicare le conoscenze teoriche all'analisi del funzionamento della società dell'informazione e ai contesti di riferimento dell'industria culturale; - è in grado di impostare progetti comunicativi a partire dall'analisi delle variabili storiche, culturali e normative.
Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

DISTRIBUZIONE, CIRCOLAZIONE E RICEZIONE DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI [url](#)

DISTRIBUZIONE, CIRCOLAZIONE E RICEZIONE DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI [url](#)

LINGUA E CULTURA INGLESE [url](#)

SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI [url](#)

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI FORMATIVI [url](#)

SOCIOLOGIA DEL BENESSERE [url](#)

SOCIOLOGIA DEL BENESSERE [url](#)

SOCIOLOGIA DEL TEMPO LIBERO [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA DEI CONSUMI CULTURALI [url](#)

STORIA DEI CONSUMI CULTURALI [url](#)

STORIA DEL TEATRO GRECO [url](#)

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI [url](#)

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI [url](#)

STUDI CULTURALI [url](#)

Area mediologia, processi e linguaggi comunicativi

Conoscenza e comprensione

Il laureato consegue conoscenze e capacità di comprensione di base:

- delle forme e dei linguaggi della comunicazione nelle società dell'informazione, sia sul piano delle relazioni interpersonali che delle istituzioni che operano nei diversi settori specializzati della società;
- delle logiche, delle modalità espressive e delle forme organizzative dei diversi media della comunicazione, vecchi e nuovi (da radio, cinema, televisione fino ai diversi ambienti comunicativi della rete)
- delle forme avanzate della comunicazione, sia in termini di crescente convergenza mediale, di crescente interattività consentita dai media digitali, di crescente partecipazione degli utenti alla produzione dei contenuti mediali e alla creazione di comunicazioni che sfidano e allo stesso tempo offrono stimoli all'azione delle organizzazioni che operano nei diversi settori sociali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

- sa applicare le metodologie di analisi teorica alle diverse forme comunicative e mediali nei loro risvolti culturali, sociali e simbolici;
- sa riconoscere i principali contesti di produzione, distribuzione e consumo della comunicazione e metterli in connessione alle strategie generali di circolazione ed orientamento ai pubblici, cittadini e consumatori;
- sa argomentare le proprie proposte, in termini di connessione coerente tra mezzi, strategie e obiettivi, e di valutazione comparata delle diverse alternative in termini di fattori contrari e fattori favorevoli

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA [url](#)

FORME E GENERI DEL CINEMA E DELL'AUDIOVISIVO [url](#)

INTERNET STUDIES [url](#)

INTERNET STUDIES [url](#)

LETTERATURA E CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITÀ E DELLA COMUNICAZIONE VISUALE [url](#)
LINGUAGGI E TECNICHE DEL GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO [url](#)
LINGUAGGI MEDIALI, PERFORMANCE E FORME DELLO SPETTACOLO [url](#)
SEMIOTICA [url](#)
SEMIOTICA DELLE ARTI VISIVE [url](#)
SEMIOTICA DELLE ARTI VISIVE [url](#)
SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI [url](#)
SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI [url](#)

Area metodologie e tecniche di analisi

Conoscenza e comprensione

Il laureato

- possiede una conoscenza di base dei quadri delle metodologie e tecniche di analisi per la comprensione della società dell'informazione e dei contesti sociali e culturali in cui si collocano l'industria culturale e le organizzazioni complesse;
- possiede una conoscenza di base di tecniche e strategie di analisi dei contesti Internet e delle relazioni di coesistenza e co-dipendenza tra legami sociali forti e deboli.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

- sa applicare le metodologie di analisi a diverse forme comunicative e mediali nei loro risvolti culturali e sociali;
- sa individuare le fonti di informazioni necessarie a raccogliere dati utili alla comprensione di un problema pratico (es. dati sugli ascolti, dati sul mercato, ecc.) e sa selezionarle, analizzarle e sintetizzarle in un report che offra proposte di intervento per la soluzione del problema pratico;

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)
ANALISI DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)
ANALISI DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)
ANALISI SOCIALE DELLE PRATICHE DI CONSUMO [url](#)
ANALISI SOCIALE DELLE PRATICHE DI CONSUMO [url](#)
INTERNET STUDIES [url](#)
INTERNET STUDIES [url](#)
LABORATORIO DI METODOLOGIA DELLA RICERCA QUALITATIVA [url](#)
LABORATORIO DI METODOLOGIA DELLE SCIENZE SOCIALI [url](#)
MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA [url](#)
MARKETING E PUBBLICHE RELAZIONI DIGITALI [url](#)
METODOLOGIA E TECNICHE DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)
STATISTICA SOCIALE E ANALISI DEI CONSUMI [url](#)

Area produzione oggetti comunicativi

Conoscenza e comprensione

Il laureato

- possiede una conoscenza di base delle metodologie e tecniche di produzione di oggetti culturali e comunicativi;
- possiede una comprensione critica delle forme comunicative e di produzione culturale, così come degli specifici

linguaggi espressivi correlati.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

- sa applicare metodologie e tecniche di produzione di oggetti culturali e comunicativi nelle forme testuali, audiovisive e web;
- sa costruire forme comunicative per i contesti informativi, spettacolari e pubblicitari.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LABORATORIO DI COSTRUZIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO [url](#)

LABORATORIO DI ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI CULTURALI E DELLO SPETTACOLO [url](#)

LABORATORIO DI PRODUZIONE AUDIOVISIVI [url](#)

LABORATORIO DI PRODUZIONE CONTENUTI WEB [url](#)

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati devono essere 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 interpretazioni;
- devono essere 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 da dati forniti da imprese private, fonti ufficiali e fonti informali, giornalisti professionisti e non, ecc.);
- devono aver sviluppato conoscenze e sensibilità in relazione ai temi dell'etica della comunicazione applicata ai diversi settori (intrattenimento, comunicazione pubblicitaria, informazione ecc).

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- svolgono tesine 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
- fanno presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo, rivolte all'intera classe, finalizzate alla restituzione e argomentazione del loro lavoro di raccolta dati e analisi di studi di caso concreti
- in fase di presentazione orale alla classe devono rispondere alle richieste di chiarimento e alle critiche del docente e dei colleghi al loro metodo di analisi e di argomentazione delle proposte
- si confrontano in revisioni periodiche e discussioni individuale con il docente, con feedback del docente orale e/o scritto a commento del lavoro dello studente

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale
- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente

I laureati devono essere capaci

- di fare presentazioni in forma orale e scritta relativamente a informazioni, idee, problemi e soluzioni sia nell'ambito di un gruppo di lavoro che a un pubblico esterno di non esperti
- di utilizzare programmi informatizzati a supporto della presentazione di idee e problemi in pubblico (powerpoint, ecc.)
- di saper esprimere contenuti nei social media (blog, piattaforme collaborative, network, ecc.)

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- preparano e realizzano presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo, rivolte all'intera classe, finalizzate alla restituzione e argomentazione del loro lavoro di raccolta dati e analisi di studi di caso concreti
- predispongono tesine e paper scritti
- partecipano a laboratori specifici di scrittura creativa e professionale (ufficio stampa, copywriting, ecc.)
- partecipano ad esercitazioni in aula di scrittura (scrittura creativa, copywriting, redazione di testi per il web, redazioni 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 dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

I laureati devono aver sviluppato metacompetenze di apprendimento:

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

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- partecipano a lavori di gruppo in aula, con la guida del docente
- elaborano tesine di approfondimento su temi assegnati
- preparano e realizzano presentazioni pubbliche in aula, discutendo e argomentando con gli altri studenti e con il docente
- predispongono una tesi finale.

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale
- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente

- o in gruppo, guidata dal docente
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

Per le modalità di svolgimento della prova finale si prevede:

- Elaborato di analisi e approfondimento di una tematica pertinente al corso di laurea, di natura teorica, metodologica o applicativa, che prevede una rassegna della letteratura, un inquadramento del problema e una trattazione esauriente, una bibliografia ragionata.
- Realizzazione di un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso della laurea triennale (ad es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione pubblica o sociale, di un sito web, immagine coordinata, ecc.), con un inquadramento teorico e metodologico del progetto che ne argomenta le scelte e le caratteristiche.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

05/05/2021

La prova finale della laurea triennale corrisponde a 10 CFU. Di norma la prova finale viene assegnata in un insegnamento che sia stato inserito nel piano degli studi dello/a studente/ssa. Il relatore/trice della prova finale è il docente dell'insegnamento con cui lo/a studente/ssa ha sostenuto l'esame, o che è attualmente titolare dello stesso insegnamento. Si prevede che lo studente realizzi alternativamente:

- un elaborato di analisi e approfondimento di una tematica pertinente al corso di laurea, di natura teorica, metodologica o applicativa, che prevede un inquadramento del problema e una esauriente rassegna della letteratura, corredata da una bibliografia ragionata.
- un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso della laurea triennale (ad es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione pubblica o sociale, di un sito web, immagine coordinata, ecc.), con un inquadramento teorico e metodologico del progetto che ne argomenta le scelte e le caratteristiche.

Gli studenti possono condurre in tutto o in parte le attività di ricerca connesse alla predisposizione dell'elaborato finale avvalendosi del soggiorno Erasmus – previa autorizzazione da parte del Relatore.

L'elaborato per la prova finale viene valutato da una Commissione composta da un minimo di 3 docenti, che include il relatore, i cui componenti sono individuati dalla Segreteria didattica della Scuola. La commissione attribuisce e verbalizza il voto di laurea. Non è prevista la discussione degli elaborati da parte degli studenti laureandi.

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 4 punti, su proposta del relatore e a seguito della discussione dei membri della commissione, che valutano la qualità dell'elaborato. Un punteggio di 0-1 punto è riconosciuto a tesi sufficienti, di 2-3 punti a tesi discrete e buone, di 4 punti a tesi ottime. Un ulteriore punto viene assegnato a tesi che siano state svolte all'estero durante il soggiorno Erasmus e/o agli studenti che abbiano conseguito 30 o 60 CFU rispettivamente per un soggiorno all'estero semestrale o annuale. La lode viene conferita a prove finali eccellenti, a laureandi/e che partano da una media dei voti degli esami di profitto di almeno 105 punti, e viene concessa solo in caso di parere unanime dei commissari. Nella

decisione del conferimento della lode in sede di laurea i commissari possono considerare il numero di lodi ottenute dal candidato nella sua carriera di studi.



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento Corso L-20

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.uniurb.it/corsi/1756842/bacheca-avvisi/5616>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.uniurb.it/corsi/175542/bacheca-avvisi/5023>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.uniurb.it/corsi/1755842/bacheca-avvisi/4018>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	IUS/09	Anno di corso 1	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE link	MAGNANI CARLO CV	RU	6	36	✓
2.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA INGLESE link	SALVUCCI ROBERTO CV	RU	6	36	✓
3.	M-FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link	MIGLIORE TIZIANA MARIA CV	PA	10	60	✓
4.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI link	GIANNINI LORENZO CV	RD	10	60	
5.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	BOCCIA ARTIERI GIOVANNI CV	PO	10	60	✓
6.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	FARCI MANOLO CV	RD	10	60	✓
7.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	MONTESI BARBARA	ID	10	60	
8.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	TONELLI ANNA CV	PO	10	60	✓
9.	SPS/08	Anno di corso 1	STUDI CULTURALI link	BARTOLETTI ROBERTA CV	PO	10	60	

▶ QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Aule
Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>
Pdf inserito: [visualizza](#)
Descrizione Pdf: Aule Corso IMP

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Laboratori e Aule Informatiche
Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>
Pdf inserito: [visualizza](#)
Descrizione Pdf: Laboratorio e Aula informatica

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sale Studio
Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>
Pdf inserito: [visualizza](#)
Descrizione Pdf: Sala studio

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Biblioteche
Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/biblioteche>
Pdf inserito: [visualizza](#)
Descrizione Pdf: Biblioteche

▶ QUADRO B5

Orientamento In Ingresso

Le attività di orientamento in ingresso si strutturano in diversi momenti, alcuni organizzati a livello di Ateneo e altri a livello di Scuola e Cds:

05/05/2021

- Università aperta: incontri di orientamento rivolti agli studenti della scuola secondaria superiore, programmata a febbraio a livello di Ateneo.
- Open Day: Incontri di orientamento in ingresso programmati nei mesi di luglio, agosto e settembre, propedeutici all'iscrizione al Corso;
- Incontro di orientamento con le matricole a inizio anno accademico: presentazione Corso di laurea, presentazione servizi (iscrizione online esami, fruizione biblioteche, mensa ecc.), a cura del Cds;
- attività di orientamento in ingresso viene svolta anche dai tutor del corso di laurea a disposizione per colloqui individuali di orientamento
- Commissione piani di studio a disposizione per colloqui individuali di orientamento su pianificazione esami.

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

- Tutor di Corso di laurea a disposizione per colloqui individuali
- Incontri programmati per presentazione progetti stage e laboratori
- Commissione piani di studio a disposizione per colloqui individuali relativi alla progettazione dei curricula (laboratori, esami a scelta, ecc.)
- Commissione monitoraggio carriere con attività di contatto e sostegno per studenti in ritardo con il piano degli studi.

05/05/2021

▶ QUADRO B5

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

L'esperienza di tirocinio è un'occasione importante per applicare e verificare modelli e schemi concettuali appresi durante il corso di studio, alla realtà operativa di aziende e/o enti nazionali o internazionali.

Il referente della Scuola e l'ufficio stage di Scuola si occupano di organizzare e gestire i tirocini formativi sia dal punto di vista amministrativo che comunicativo, fungendo da collegamento tra aziende ospitanti, studenti e tutor accademici, con l'intento di accompagnare e monitorare la qualità e la buona riuscita dell'esperienza.

Nel data base di Ateneo sono attive numerose convenzioni con enti e imprese ospitanti, in particolare nel settore della comunicazione e del marketing, che offrono occasioni di

10/02/2022

professionalizzazione agli studenti del Corso di studi.

Informazioni sul tirocinio sono disponibili sulla pagina dedicata nel sito web del Corso di Studi, nel portale di Ateneo.

Descrizione link: Sezione dedicata alle informazioni sul tirocinio sul sito web del CdS

Link inserito: <https://www.uniurb.it/corsi/1755842/stage>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Programma USA-ISEP

Uno degli obiettivi dell'Ateneo è quello di sviluppare e promuovere scambi culturali e collaborazioni internazionali.

Per la Scuola di Scienze della comunicazione le attività di mobilità internazionale degli studenti vengono coordinate dal Delegato Erasmus di Dipartimento, il quale si occupa sia delle attività informative rivolte agli studenti interessati a svolgere parte del proprio corso di studi all'estero, sia delle procedure burocratiche iniziali necessarie (fra le quali anche gli accordi didattici) per avviare le pratiche, le quali vengono poi perfezionate dagli uffici competenti di Ateneo.

Lo studente interessato a partecipare al bando Erasmus può rivolgersi al Servizio Ricerca e Relazioni Internazionali - ufficio relazioni internazionali.

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	Facult�s Universitaires Saint-Louis		25/02/2014	solo italiano
2	Belgio	Universit� de Liège		07/03/2017	solo italiano
3	Francia	Michel De Maigne - Bordeaux 3 University		26/02/2021	solo italiano
4	Francia	University Rennes 2		11/02/2020	solo italiano
5	Germania	Christian Albrechts Universitat zu Kiel		24/01/2014	solo italiano
6	Grecia	Panteion University of Social and Political Sciences		18/04/2019	solo italiano
7	Spagna	Universidad Complutense De Madrid	28606-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	03/12/2015	solo italiano
8	Spagna	Universidad De Murcia	29491-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/06/2015	solo italiano
9	Spagna	Universidad Europea de Madrid		22/07/2014	solo italiano
10	Spagna	Universidad de Castilla-La Mancha		31/01/2014	solo italiano
11	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		12/02/2016	solo italiano
12	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	18/03/2016	solo italiano
13	Stati Uniti	Villanova University		03/05/2013	solo italiano
14	Turchia	Universit� Galatasaray Istanbul		23/03/2017	solo italiano

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Il Corso di studi partecipa alle iniziative di Ateneo in particolare al Career day, incontro annuale con le aziende e laboratori per l'ingresso nel mondo del lavoro (stesura curriculum, analisi abilit , ecc.), e alla promozione e attivazione di stage post laurea in collaborazione con l'Ufficio stage e job placement di Ateneo. 13/05/2021

Dal 2001 il CdS ha attivato una agenzia interna di comunicazione, la COLONIA della comunicazione, costituita da studenti, docenti e professionisti esterni, supportata da un art director, che 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 realizzazione di campagne di comunicazione per clienti esterni. Ad oggi gli studenti del Corso di Laurea, in collaborazione con quelli della Laurea Magistrale in Comunicazione e pubblicit  per le organizzazioni, hanno realizzato campagne convenzionali, non convenzionali, loghi e progetti di comunicazione integrata, partecipato a ricerche nell'ambito della comunicazione per imprese pubbliche e private del territorio e nazionali.

Nell'ambito delle attivit  della COLONIA sono organizzati seminari professionalizzanti a integrazione di quanto offerto nei diversi insegnamenti del Corso di Studi.

La COLONIA della comunicazione   stata valutata come 'buona prassi' per favorire l'occupabilit  dei laureati in occasione della visita di accreditamento periodico dell'Universit  di

Urbino da parte dell'Anvur nell'ottobre 2016.

In risposta a un suggerimento di miglioramento dei Cev durante la visita di accreditamento Anvur, dal febbraio 2018 la Colonia della Comunicazione si è dotata di un gruppo di programmazione e coordinamento composto da
Roberta Bartoletti (Presidente della Scuola di Scienze della comunicazione),
Giovanni Boccia Artieri (direttore DISCUI e docente),
Stefania Antonioni (docente delle materie di comunicazione pubblicitaria),
Gea Ducci (Referente del corso CPO e docente delle materie di comunicazione pubblica istituzionale e sociale),
e dai docenti professionisti titolari dei laboratori di creatività pubblicitaria nei due corsi di laurea della Scuola e del Laboratorio di computer grafica nella LM CPO.

Descrizione link: Pagina dedicata alla Colonia della comunicazione nel sito web CdS

Link inserito: <https://www.uniurb.it/corsi/1755842/la-colonia-della-comunicazione>

▶ QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Il Corso di studio ha aderito al progetto d'Ateneo blended Learning ad Uniurb, modalità di erogazione della didattica che prevede l'affiancamento di una piattaforma (moodle) ^{10/02/2022} tecnologica alla didattica tradizionale in presenza, che consente la condivisione di materiali tra docenti e studenti a supporto della didattica e la partecipazione ad un ambiente interattivo.

Il corso di studio ha attivato un percorso part time per rendere più flessibile l'offerta alle esigenze degli studenti lavoratori.

Descrizione link: Sezione dedicata al progetto blended learning sul sito di Ateneo

Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/servizi-ict/blended-learning>

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

L'esame dei dati aggregati relativi alle opinioni degli studenti frequentanti non mostra sostanziali punti di criticità rispetto ai primi due gruppi di indicatori relativi all'insegnamento e alla ^{09/02/2022} docenza, dove la misura media supera ampiamente il valore di 7.

Scendendo nello specifico delle voci, quelle maggiormente gratificanti fanno riferimento al rispetto degli orari programmati per le attività didattiche (8,07), all'utilità delle attività didattiche integrative (7,78) e alla disponibilità dei docenti (7,92), mentre l'aspetto meno premiato riguarda il possesso delle conoscenze preliminari funzionali alla comprensione del corso (7,13). Tutti gli indicatori registrano valori leggermente inferiori sia rispetto ai valori dello scorso anno sia rispetto alle medie del dipartimento.

I dati sulle infrastrutture e su alcuni servizi presentano invece qualche piccola criticità, poiché alcune misure medie scendono sotto il 7. In particolare, gli studenti sembrano essere poco soddisfatti delle aule studio (6,29), delle biblioteche (6,66), dei laboratori (6,86), del servizio di segreteria studenti (6,42), del lavoro degli studenti tutor (6,32) e della reperibilità delle informazioni sul corso nel sito web (6,82).

Non si riscontrano scostamenti significativi con le medie del Dipartimento, tranne per le voci relative alle biblioteche (-0,57) e alle aule studio (-0,89).

Dal confronto con i dati del 2018/19 emerge un miglioramento del valore relativo alle aule dove si svolgono le lezioni (+1,76). Il miglioramento relativo alle aule si riscontra sia nel primo che nel secondo semestre. Rimangono critiche solo le aule delle lezioni del terzo anno. Peggiorano invece gli indicatori relativi allo svolgimento delle lezioni da parte del titolare dell'insegnamento (-0,98), della disponibilità delle aule studio (-0,76), delle biblioteche (-0,64), degli studenti tutor (-0,58) e della reperibilità delle informazioni sul corso nel sito web (-0,53).

Inoltre, non ci sono sostanziali differenze tra i giudizi dei frequentanti e dei non frequentanti.

Gli indicatori relativi alla valutazione presentano valori superiori a 7, ma hanno valori leggermente inferiori rispetto alle medie di dipartimento e inferiori anche rispetto 2018/19 (-0,49 la soddisfazione complessiva e 0,52 l'interesse verso gli argomenti trattati).

Nota metodologica e fonte dati

I dati relativi al gradimento dei corsi derivano da quelli sul gradimento dei singoli insegnamenti, forniti dagli studenti con procedura informatica in sede d'iscrizione agli esami di profitto. Per garantire una semplice comparabilità dei dati è utilizzata una procedura di quantificazione ex post che permette l'ottenimento di un indicatore medio di sintesi dei giudizi originariamente espressi su scala ordinale a 4 modalità di risposta. La procedura utilizza le quantificazioni riconducibili al Rapporto Chiandotto-Gola adottante lo schema: Decisamente No quantificato in 2, Più No che Sì quantificato in 5, Più Sì che No quantificato in 7, Decisamente Sì quantificato in 10.

I dati riferiti ai corsi riguardano l'opinione degli studenti sulla didattica relativi all'Anno Accademico 2019/2020 con estrazione delle informazioni dal sistema SisValdidat. Gli insegnamenti valutati sono stati 28 su 30. Il collettivo di riferimento è costituito da 3001 unità di cui 2299 classificate come frequentanti (dichiarano di frequentare almeno il 50% delle lezioni) e 702 come non frequentanti.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: tabelle e grafici estratti da SISVADIDAT

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Opinione dei laureati

03/09/2021

Le informazioni ottenute consultando i dati Alma Laurea relativi ai laureati (XXIII Rapporto, Anno di laurea 2020, Profilo dei laureati. 101 laureati di cui 94 intervistati. Per una migliore confrontabilità della documentazione relativi alla soddisfazione si riportano i dati relativi ai soli soggetti che si sono iscritti in anni recenti, cioè a partire dal 2016: 82 laureati di cui 76 intervistati (1). Per i dati riferiti alla condizione occupazionale ci si riferirà invece ai soli laureati che non lavoravano al momento del conseguimento del titolo: collettivo di 52 unità (2)).

Dai dati emerge che l'89,5% dei laureati ha frequentato regolarmente più del 50% delle lezioni e addirittura il 72,4% degli intervistati più del 75% delle lezioni.

Per quanto riguarda i giudizi sull'esperienza universitaria, dai dati risulta che l'88,2% dei soggetti è sostanzialmente soddisfatto del Corso, dato in leggera flessione con il precedente

(-1,8 punti percentuali) che risultava però, a sua volta, in forte crescita, con il 25,0% del totale che lo è in maniera convinta, dato questo che mostra però una decisa caduta (14,1% punti percentuali). Lusinghiero è anche il giudizio relativo al rapporto con il corpo docente che vede attestarsi al 90, 8% la quota dei giudizi di estrema o sostanziale soddisfazione, anche se in diminuzione rispetto allo scorso anno (-5,5 punti percentuali). Il 79,0% ha ritenuto soddisfacente l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ...) sempre o in più della metà dei casi, anche questo dato in flessione di circa 10 punti sul precedente periodo, caratterizzato comunque da crescita sul precedente. Si tratta quindi di oscillazioni da considerare comunque inserite in un quadro assai gratificante.

Tra chi ha fatto uso delle biblioteche (75,0% dei soggetti) solo un residuo 1,7% giudica non positivamente il servizio fornito, prestazione nettamente migliore rispetto alla precedente che vedeva lo stesso valore assestarsi al 13,5%.

Molto meno lusinghieri sono i giudizi sulle aule per la didattica che sono giudicate (97,4% di fruitori), sempre o spesso, adeguate dal 45,2% (dato in peggioramento) e, tra coloro che le hanno utilizzate (34,2%), una quota cospicua (80,8%) denuncia l'insufficienza o l'inadeguatezza delle postazioni informatiche. Le attrezzature per la didattica sono giudicate sostanzialmente adeguate dal 45,2% degli utilizzatori (69,7% sul totale).

Il 93,5% dei rispondenti dichiara la completa o sostanziale sostenibilità del carico di studio affrontato.

Tra coloro che lavorano (6 unità), il 16,7% utilizza le competenze acquisite con la laurea in misura elevata mentre il 33,3% lo fa ma in misura ridotta. Il 50,0% dichiara di non utilizzare affatto le competenze acquisite.

Il 16,7% (contro il 26,7% dell'anno precedente) considera la formazione professionale acquisita all'università molto adeguata, il 33,3% (contro il 26,7%) poco adeguata, mentre il 50,0% (contro il 46,6%) per niente adeguata. Infine, si rileva una certa difformità rispetto al periodo precedente relativamente alla necessità/utilità della laurea per lo svolgimento del lavoro. I soggetti si dividono infatti equamente (50,0%) tra chi, pur ravvisandone la non necessità, la ritiene utile e chi tale non la giudica. Gli stessi valori risultavano, nel periodo precedente, pari al 46,7% e al 33,3%.

Il 65,8% dei rispondenti dichiara che si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso dell'Ateneo, mentre il 11,8% dichiara che si iscriverebbe allo stesso corso, ma in un altro Ateneo. Secondo questo dato, le aspettative da parte degli studenti sembrano essere soddisfatte.

Fonti dati:

(1). Alma Laurea 2020, XXIII Rapporto, Anno di laurea 2020, Profilo dei laureati (link).

76 rispondenti su 82.

(2). Dati laureati rapporto Alma Laurea 2020, XXIII Rapporto Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea; condizione occupazionale alla laurea: non lavoravano alla laurea; iscrizione a una laurea di secondo livello :tutti; 52 rispondenti su 52. <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2020&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1449&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=0410106202000001&isstella=0&annolau=1&condocc=2&isrls=tutti&disaggregazione=&LANG=>

Descrizione link: pagina ALmaLaurea profilo dei laureati 2020

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2020&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1517&gruppo=5&pa=70063&classe=tutti&corso=tutti&postcorso=0410106202000001&isstella=0&presiu=1&disaggregazione=&LANG=>



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

03/09/2021

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

I nuovi iscritti (ingressi) alla laurea triennale nell'anno 2019/20 sono 201, valore ancora in crescita rispetto agli anni precedenti, registrando un incremento di 22 iscritti rispetto al 2018/19 e di 26 rispetto al 2017/18. Gli immatricolati sono 167, in crescita sul periodo precedente (+16). Anche il numero complessivo di iscritti vede un lieve incremento di 11 unità, passando dalle 517 del 2018/19 alle 528 del 2019/20 (Indicatore iC00B del Cruscotto AVA).

Tuttavia la serie storica dei dati evidenzia un allargamento della forbice degli iscritti nel confronto con i benchmark di riferimento per l'area geografica e nazionale negli ultimi cinque anni. Il corso di laurea registra anno dopo anno un incremento rispetto agli iscritti, ma gli altri corsi di laurea della stessa classe crescono mediamente di più. Con questa constatazione si deve, però, tenere presente che la media dell'area geografica 'Centro' e la media nazionale include Atenei con dimensione eterogenea e meno facilmente comparabili ai Cds in esame.

Il 41,8% (84 studenti) proviene da fuori regione (iC03). Tale percentuale è in diminuzione rispetto al 2018 (-4,6%), ma rimane nettamente superiore alla media dell'area geografica (+10,6) e del territorio nazionale (+12,7) (iC03), mostrando un buon grado di attrattività. La diminuzione è dovuta essenzialmente all'aumento totale dei nuovi iscritti, mentre il numero assoluto degli iscritti provenienti da fuori regione rimane invariato, pertanto non può essere considerata una criticità.

Mostra un sostanziale miglioramento il dato relativo alla Percentuale di abbandoni del CdS (indicatore iC24 del Cruscotto AVA) che si attesta poco sopra al 26%, nettamente inferiore rispetto agli anni precedenti e significativamente inferiore anche rispetto alle medie macro-regionali e nazionali.

Cresce decisamente la percentuale di studenti che nel 2019 si sono laureati entro la durata normale del corso e che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero (indicatore iC11 del Cruscotto AVA), 13,7%, contro il 5,8% dell'anno precedente. Questo dato inoltre è superiore a tutti i benchmark.

Il rapporto tra studenti regolari e docenti (Indicatore iC05 del Cruscotto AVA) è pari al 22,3%, decisamente inferiore rispetto al valore macro-regionale e a quello nazionale che risulta il 29,9%.

La percentuale di immatricolati che si sono laureati entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio (Indicatore iC17 del Cruscotto AVA) è stata del 59,1%, dato superiore rispetto agli anni precedenti e superiore rispetto alla media macro-regionale (48,6%) e a quella nazionale (55,6). Ma se consideriamo la totalità dei laureati del 2019 (dati AlmaLaurea) abbiamo che il 78,7% (contro il 73% dell'anno precedente) si è laureato in corso, mentre il 20% si è laureato nel primo anno fuori corso. Il voto medio di laurea è 98,7, mentre il voto medio degli esami si attesta attorno al 26.

L'indagine di Alma Laurea sul profilo dei laureati indica come l'età media alla laurea sia passata rispetto all'anno precedente da 24,3 a 23,4 anni, in diminuzione rispetto agli anni precedenti e inferiore rispetto al valore medio nazionale per la stessa classe di laurea pari a 24,9.

Se guardiamo al percorso formativo, limitando l'analisi al profilo dei laureati, possiamo notare come il 62,8% abbia conseguito la maturità in un liceo, dato questo che mostra un certo incremento rispetto al precedente anno (44,2%) e con il liceo Scientifico che da solo conta il 27%. La presenza di diplomati in Istituti Tecnici, che l'anno precedente eguagliava sostanzialmente quella degli studenti provenienti dai Licei, ora si attesta al 30,9%. Il voto medio al diploma degli iscritti è 76,8.

La durata media degli studi dei laureati è di 3,3 anni, leggermente inferiore alla media nazionale che è di 4 anni, con un indice di ritardo (rapporto tra ritardo e durata legale del corso di studio) di 0,09 (media nazionale 0,33) e un ritardo medio alla laurea di 0,3 (media nazionale 1,0).

Il 31% (contro il 29,2% dell'anno precedente) ha usufruito di borse di studio, valore decisamente più elevato del dato medio nazionale (23,1%). Il 73,6% dei laureati nel 2019 dichiara di aver frequentato regolarmente più del 75% degli insegnamenti previsti (contro il 56,9% del dato nazionale), e il 67,8% (in diminuzione rispetto al 79,2% dell'anno precedente) ha alloggiato per oltre la metà della durata degli studi a meno di un'ora di viaggio dalla sede del corso (contro la media nazionale del 68,8%).

Il 18,4% dei laureati (contro il 10,4% dell'anno precedente) ha svolto un periodo di studio all'estero, dato superiore al valore nazionale (10,4%), il 6,7% ha preparato all'estero una parte significativa della tesi.

Il 20,7% ha svolto tirocini formativi curriculari o lavoro riconosciuti dal corso di laurea, contro la media nazionale del 61,7%.

Il 70% (contro il 75% dell'anno precedente) dei laureati ha avuto esperienze di lavoro (78,2% dato nazionale) con il 5,7% di studenti-lavoratori (10% dato nazionale). Il 14,8% dichiara di aver svolto un lavoro coerente con gli studi, dato inferiore di circa 6 punti percentuali rispetto a quello nazionale (21,4%) (fonte: Alma Laurea 2020, XXIII Rapporto, Anno di laurea 2020, Profilo dei laureati).

Cruscotto AVA, elaborati dall'Ufficio statistico di Ateneo il 27/06/2021.

(https://off270.miur.it/off270/sua20/indicatore_ava.php?

[user=ATEscicom1314&codizione=041010620200001&comune=041067&parte=2&tipo_ril=1&visualizza=Visualizza+Indicatori+al%3A+26%2F06%2F2021, u.a. 01/09/2021](https://off270.miur.it/off270/sua20/indicatore_ava.php?user=ATEscicom1314&codizione=041010620200001&comune=041067&parte=2&tipo_ril=1&visualizza=Visualizza+Indicatori+al%3A+26%2F06%2F2021, u.a. 01/09/2021))

Alma Laurea 2020, XXIII Rapporto, Anno di laurea 2020, Profilo dei laureati

Descrizione link: pagina AlmaLaurea profilo dei laureati 2020

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?>

[anno=2020&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1517&gruppo=5&pa=70063&classe=tutti&corso=tutti&postcorso=041010620200001&isstellata=0&presiu=1&disaggregazione=&LANG="](https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2020&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1517&gruppo=5&pa=70063&classe=tutti&corso=tutti&postcorso=041010620200001&isstellata=0&presiu=1&disaggregazione=&LANG=)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: indicatori AVA

QUADRO C2

Efficacia Esterna

04/09/2021

Efficacia esterna

L'indagine sulla condizione occupazionale dei laureati relativa al 2020 coinvolge 52 rispondenti su 52 laureati. Per una migliore confrontabilità della documentazione, si riportano i dati relativi ai soli laureati che non lavoravano al momento della laurea.

Dall'indagine emerge che il 63,5% dei laureati è iscritto a un corso di laurea magistrale, mentre il 31,6% dei non iscritti attribuisce lo stop alla formazione a motivi lavorativi, il 5,3% si dichiara non interessato perché intenzionato a frequentare altra formazione post-laurea, il 10,5% sottolinea la mancanza di un corso nell'area disciplinare di interesse e il 10,5% lo attribuisce a problemi economici.

Tra chi ha deciso la prosecuzione del percorso formativo, la maggioranza relativa (39,4) l'ha fatto per migliorare la possibilità di trovare lavoro, il 27,3% per migliorare la propria formazione culturale e il 33,3% ritiene invece tale percorso necessario ai fini occupazionali; quest'ultimo valore è significativamente aumentato rispetto al 5,3% del 2019.

Nella scelta del canale formativo superiore, il 78,8% segue un corso di filiera e il 42,4% lo fa permanendo nell'Ateneo, dati che stanno dimostrando una corretta costruzione del percorso formativo. Il 37,3% ha partecipato ad almeno un'attività formativa post laurea principalmente concretizzata nella forma di stage aziendale (16,9%) e in un master di primo livello (10,8%).

Il 5,8% lavora e non è iscritto a una laurea di secondo livello, il 5,8% lavora e studia, il 57,7% è iscritto a una laurea di secondo livello, l'11% non studia, non lavora ma è in cerca di occupazione e il 19,2% non lavora, non studia e non cerca lavoro.

Tra gli occupati (si tratta di 6 unità), il tempo d'ingresso nel mercato del lavoro dal conseguimento del titolo è stato mediamente di 4,2 mesi.

L'83,3% delle aziende che danno occupazione sono private e operano esclusivamente nel settore dei servizi.

Le tipologie di contratto non standard sono le più frequenti (66,7%); si segnala inoltre che il 16,7% dichiara di lavorare senza contratto. Il part-time caratterizza il 83,3%. Nessuno ha un

contratto a tempo indeterminato.

La retribuzione mensile netta media degli occupati si attesta sui 376 per gli uomini e sui 526 euro.

Fonte Dati

Alma Laurea 2020, XXIII Rapporto, Anno di laurea 2020, Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea. Laureati che non lavoravano al momento della laurea.

Descrizione link: pagina AlmaLaurea Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2020&corstipo=L.&ateneo=70063&facolta=1449&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=041010620200001&isstella=0&annolau=1&condocc=2&iscrls=tutti&disaggrega>

▶ QUADRO C3

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

Nell'anno solare 2020 hanno svolto lo stage a libera scelta, previsto nel piano degli studi, 23 studenti della laurea triennale di Informazione Media Pubblicità (dato uguale all'anno precedente). Uno studente ha svolto due tirocini, per un totale 24 tirocini realizzati nel 2020. Uno stage è terminato con un'assunzione e 3 con una forma di collaborazione. Tutti si sono svolti in Italia e hanno avuto una durata inferiore o uguale a tre mesi.

La maggior parte delle aziende ospitanti (18) è di piccole dimensioni con meno di 10 addetti, 4 hanno tra gli 11 e i 100 addetti e solo una ha più di 100 addetti. 14 aziende operano nel settore della comunicazione, editoria e pubblicità, 6 nell'informatica e web, 3 nel marketing, 2 nella ricettività e ristorazione, 1 nella pubblica amministrazione e 2 nella moda.

L'orario di lavoro della maggior parte degli studenti prevedeva più di 20 ore settimanali.

Tutti gli studenti valutano molto positivamente l'esperienza di tirocinio e la considerano utile. Tra i motivi di soddisfazione vengono riferiti il "Atteggiamento collaborativo del Tutor" (15), la "Correlazione tra il progetto e le attività svolte con gli obiettivi professionali e personali" (12), il "Rapporto con il personale" (10) e il "Buon inserimento nell'organizzazione" (6).

Per quel che riguarda invece gli aspetti negativi, 2 studenti hanno manifestato l'inadeguatezza della formazione professionale personale, 1 studente ha manifestato l'inadeguatezza della durata del tirocinio e 1 studente la carenza di tutorship.

Alcune aziende non hanno risposto ai questionari di valutazione, nonostante l'ufficio si sia impegnato a richiedere più volte i moduli, e altre hanno risposto in modo incompleto, per cui non è possibile, per l'anno 2020, procedere all'analisi dei livelli di soddisfazione delle aziende.

Fonte: rendicontazione annuale Scuola di scienze della comunicazione dati anno solare 2020.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: rendicontazione tirocini 2020 scuola di scienze della comunicazione