Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Nome del corso in italiano	Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni *(IdSua:1598361)*
Nome del corso in inglese	Advertising and Organizations Communication
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.uniurb.it/corsi/1757174
Tasse	https://www.uniurb.it/studiaconnoi/studenti/contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	DUCCI Gea
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione
Struttura didattica di riferimento	Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BOCCIA ARTIERI	Giovanni		PO	1	

2.	DUCCI	Gea		PA	1	
3.	GEMINI	Laura		PO	1	
4.	GIGLIETTO	Fabio		PA	1	
5.	SACCHETTI	Francesco		PA	1	
6.	ZUROVAC	Elisabetta		RD	1	

Rappresentanti Studenti	MASCIOLI Gianluca g.mascioli2@campus.uniurb.it
Gruppo di gestione AQ	Annarita CECERE Gea DUCCI Laura GEMINI Dominic HOLDAWAY Giulia RAIMONDI Elisabetta ZUROVAC
Tutor	Fabio GIGLIETTO Elisabetta ZUROVAC Annarita CECERE Riccardo CASTRONOVO

Il Corso di Studio in breve

26/04/2024

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, uno stage obbligatorio, attività laboratoriali e collaborazioni con enti e imprese del territorio; partecipano inoltre alle attività de La 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.

Link: https://www.uniurb.it/corsi/1757174 (Pagina web CdS LM-59)

QUADRO A1.a

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

24/01/2023

Sintesi tavolo consultazioni 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.

Sintesi del processo di consultazione periodico delle parti interessate a cura del CdS del 18/03/2022

Il CdS ha adottato un piano che prevede una consultazione delle parti interessate a cadenza biennale, qui allegato. Il CdS ha adottato un piano che prevede una consultazione delle parti interessate a cadenza biennale. In base al piano di consultazione delle parti interessate, aggiornato a febbraio 2022, e a quanto stabilito nell'ambito della riunione del Gruppo AQ, allargata alla referente del CdS, dell'11 febbraio 2022, si sono svolte le consultazioni con un panel di dieci stakeholder di rilevanza nazionale o sovranazionale nei mesi di febbraio-marzo 2022. Ai seguenti stakeholder è stato inviato un prospetto dell'offerta formativa e un questionario di valutazione strutturato:
- Confindustria Pesaro Urbino (rilevanza locale)
- Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale (rilevanza nazionale)
- Agenzia di comunicazione "We are social" (rilevanza nazionale)
- PA Social (rilevanza nazionale)
- Compubblica Associazione italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale (rilevanza nazionale)
- Coordinamento Nazionale Marketing Sociale (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- ADCI Art Directors Club Italiano (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- FERPI Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- Fondazione Pubblicità Progresso (rilevanza nazionale e sovranazionale).

Sono stati inoltre consultati anche i seguenti soggetti, in qualità di committenti dei progetti della COLONIA della comunicazione per il biennio di riferimento o soggetti del mercato che hanno collaborato alle attività del CdS:
- Azienda TVS S.p.A.
- Fano Jazz Network
- un esperto di pubblicità e copywriting riconosciuto a livello nazionale e internazionale.

Le consultazioni sono state integrate dall'analisi degli studi di settore, di cui si riportano alcuni aspetti principali. Sono state considerate l'indagine quantitativa svolta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in collaborazione con

ASSOCOM nel 2016 con l'obiettivo di fotografare e analizzare i cambiamenti in atto nel mondo professionale della comunicazione, e una seconda indagine del 2019, sempre svolta da ASSOCOM.
In sintesi, dalle consultazioni e dagli studi di settore è emerso che si rende sempre più necessario, per un più agevole inserimento di studentesse e studenti nel mondo del lavoro, acquisire nuove e ulteriori competenze avanzate nel settore del digitale e dei social media, con particolare attenzione alle competenze di scrittura creativa e all'utilizzo dei big data nelle PA e nelle imprese. Le competenze richieste alle giovani e ai giovani professionisti sono in primo luogo competenze sui contenuti e i linguaggi, competenze trasversali sul problem solving e competenze di tipo relazionale. È emerso quindi che le professioni ritenute maggiormente significative sono: social media manager, digital strategic planner, digital PR, SEO specialist, e-reputation manager; community manager; web analiyst; digital account; digital storyteller.
A partire da queste tendenze professionali, si è ritenuto pertanto necessario procedere alla modifica dell'ordinamento del CdS, in modo da rispondere con maggiore puntualità alle crescenti richieste del mercato del lavoro, fornendo alle laureati e ai laureati un livello di professionalizzazione composto da competenze di tipo strategico-manageriale, oltre che da competenze di tipo tecnico-operativo, avere una sempre più attenta corrispondenza tra obiettivi, progetto formativo e sbocchi professionali.

QUADRO A1.b — Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)

10/05/2024

Il CdS ha adottato un piano che prevede una consultazione delle parti interessate a cadenza biennale, qui allegato.

STORICO DELLE CONSULTAZIONI DELLE PARTI INTERESSATE E DEGLI STUDI DI SETTORE, riportato qui di seguito e contenente: data di svolgimento, tipologia e modalità della consultazione, sintesi delle risultanze. Le ultime consultazioni (2022) e l'analisi degli studi di settore (2023) sono invece riportate in dettaglio.

2016 Consultazione diretta delle parti interessate e analisi degli studi di settore
Coinvolgimento di un panel di 4 stakeholder di rilevanza locale, nazionale e sovranazionale (Confindustria Pesaro Urbino, Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale, Art Directors Club Italiano-ADCI, Associazione Nazionale Pubblicitari Professionisti), a cui è stato somministrato un questionario di valutazione strutturato con domande chiuse e aperte e inviato un prospetto dell'offerta formativa del CdS.
Inoltre, a partire dall'indagine ISFOL/ISTAT sulle Professioni, Area comunicazione e media del 2015, è stata fatta una ricognizione dei principali profili professionali di sbocco delle lauree della filiera (CdS triennale e magistrale). Risultanze: coerenza tra domanda di formazione e offerta formativa del CdS; pertinenza delle figure professionali di tecnico/a delle pubbliche relazioni, tecnico/a della pubblicità, redattore e redattrice di testi per la pubblicità con i profili formati dal CdS, specialista delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate; nessun adeguamento necessario dell'offerta del CdS.

2018 Consultazione diretta delle parti interessate
Coinvolgimento di un panel di 9 stakeholder di rilevanza locale, nazionale e sovranazionale (Confindustria Pesaro Urbino, Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale, Art Directors Club Italiano-ADCI, Associazione Nazionale Pubblicitari Professionisti, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana-FERPI, Fondazione Pubblicità Progresso, Comune di Pesaro- Assessorato alla sostenibilità, Filarmonica Gioacchino Rossini, Fano Jazz Network), a cui è stato somministrato un questionario di valutazione strutturato con domande chiuse e aperte e inviato un prospetto dell'offerta formativa del CdS. Risultanze: profilo formativo ben profilato, adeguatezza degli obiettivi formativi e delle competenze offerte rispetto al mondo del lavoro e delle professioni rappresentate. Azioni correttive: minimi interventi sulla offerta formativa riguardanti

specifici insegnamenti.

ULTIME CONSULTAZIONI DELLE PI E ANALISI DEGLI STUDI DI SETTORE
In base al piano di consultazione delle parti interessate aggiornato a febbraio 2022 e a quanto stabilito nell'ambito della riunione del Gruppo AQ dell'11 febbraio 2022, si sono svolte le consultazioni con un panel di 11 stakeholder di rilevanza nazionale o sovranazionale nei mesi di febbraio-marzo 2022. In gran parte, questi ultimi corrispondono agli stakeholder individuati nell'ultima consultazione del 2020.
Gli stakeholder a cui è stato invitato un prospetto dell'offerta formativa e un questionario di valutazione strutturato, con domande chiuse e aperte, sono i seguenti:
- Confindustria Pesaro Urbino (rilevanza locale)
- Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale (rilevanza nazionale)
Compubblica
- ADCI (Art Directors Club Italiano) (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- FERPI – Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (rilevanza nazionale e
sovranazionale)
- Fondazione Pubblicità Progresso (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- Coordinamento Nazionale Marketing Sociale (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- PA Social (rilevanza nazionale. Organizzazione aggiunta rispetto al 2016 e 2020)
- Agenzia di comunicazione "We are social" (rilevanza nazionale. Organizzazione
aggiunta rispetto al 2016 e 2020).
Sono stati inoltre consultati anche i seguenti soggetti che sono committenti dei progetti della COLONIA della comunicazione per il biennio di riferimento o soggetti del mercato che hanno collaborato alle attività del corso:
- Fano Jazz Network;
- Azienda TVS S.p.A.;
- un esperto di pubblicità e copywriting riconosciuto a livello nazionale e internazionale.
In base ai risultati dei questionari, il gruppo AQ ha concordato con la referente CdS, di prevedere delle azioni orientate al raggiungimento dei seguenti obiettivi che riguardano il miglioramento di alcune AREE DI COMPETENZA indicate dalle PI:
1) rafforzare le competenze di scrittura creativa e analisi del testo letterario (creative writing o screen writing), proprie dei profili professionali del copywriter e storyteller;
2) acquisire nuove competenze relative alle applicazioni intelligenza artificiale e uso dei big data nella PA e nelle imprese;
3) approfondire, all'interno degli insegnamenti offerti, le conoscenze e competenze in tema di sostenibilità, ambientale e sociale, anche con attenzione alle opportunità legate all'Agenda 2030.
Per quanto riguarda il primo obiettivo, è stato profilato un nuovo insegnamento di 'Laboratorio di scrittura creativa' a partire dall'offerta formativa cds dell'a.a.2022-2023, il cui programma sarà definito in accordo con i suggerimenti delle parti interessate.
Per quanto riguarda il secondo e terzo obiettivo, si prevede la programmazione di un ciclo di seminari focalizzati sui temi rilevati dagli stakeholders da realizzarsi nel prossimo biennio, la cui organizzazione e realizzazione sarà eventualmente affidata ai vari docenti CdS in base alle competenze.

Le consultazioni sono state integrate dall'ANALISI DEGLI STUDI DI SETTORE, svolta a marzo 2023 dal Comitato di indirizzo del CdS e discussa nella riunione del Gruppo AQ del 28 marzo 2023, di cui si riportano alcuni aspetti principali.
Sono stati considerati:
- il libro bianco Professioni della comunicazione 2021, a cura dell'Università Cattolica Sacro Cuore e ALMED, che fornisce una fotografia esaustiva sulle professioni della comunicazione, tiene conto delle tendenze del mercato del lavoro nel campo della comunicazione e dei media, individua nuove figure e relative competenze, con particolare attenzione alle professioni del digitale, di cui si evidenzia una profilazione sempre più dettagliata e un livello di specificità tecnica o pratica sempre maggiore.
Sono stati individuati alcuni ambiti e relative professioni pertinenti col percorso di studio: client relations (media relation manager, direttore di relazioni interne/esterne e istituzionali, customer relationship manager); audience e client development (community developer e audience developer); management (communication manager, facility manager, social manager);
- la norma UNI 11483:2011 sulle attività professionali non regolamentate della comunicatrice e del comunicatore professionale (ultimo aggiornamento 2021).
A seguito di tale analisi si confermano le tendenze emerse nell'ultima consultazione delle parti interessate (marzo 2022).
Il CdS CPO continua a tenere conto di queste tendenze professionali riguardanti soprattutto l'ambito della comunicazione

digitale, cercando di fornire a laureate e laureati un livello di professionalizzazione composto sia da competenze di tipo strategico-manageriale sia da competenze di tipo tecnico-operativo.

Il gruppo AQ Didattica, durante un incontro che si è svolto in data 28 marzo 2023, ha recepito i suggerimenti e i risultati emersi dalle consultazioni e dagli studi di settore e ha individuato alcune azioni da attuare in vista della programmazione dell'offerta formativa. Tali azioni, di cui è responsabile la referente del CdS, consistono nel prevedere, per specifici insegnamenti, approfondimenti su tematiche rilevate dagli stakeholders (modificando parte dei programmi o mediante l'organizzazione di seminari dedicati), da realizzarsi nel prossimo triennio e la cui organizzazione e realizzazione sarà eventualmente affidata alle/ai docenti CdS interessati in base alle competenze.

Link: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/organizzazione-del-corso-di-laurea (Organizzazione del CdS_Comitato di indirizzo del CdS LM-59)

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Piano di consultazione CdS LM-59

QUADRO A2.a | Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Comunicatore e comunicatrice esperto/a nella progettazione e gestione dei flussi di comunicazione organizzativa, strategica e integrata per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, imprese e organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali

funzione in un contesto di lavoro:
- progettazione, gestione e monitoraggio dei processi di comunicazione organizzativa
- ricerca nel campo dei processi di comunicazione e di consumo a supporto della progettazione e della valutazione dei processi di comunicazione organizzativa.

competenze associate alla funzione:
- conoscenze teoriche e metodologiche specialistiche nei vari campi della comunicazione, con attenzione ai continui processi di innovazione e alle trasformazioni apportate dal digitale;
- competenze specialistiche nell'area delle discipline della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria;
- competenze metodologiche proprie della ricerca su comunicazione e cultura organizzativa, dinamiche di gestione nelle organizzazioni, pianificazione e gestione dei social media e caratteristiche e stili di comportamento dei pubblici, degli utenti e dei consumatori;
- capacità di intercettare e governare il cambiamento nel campo della comunicazione, dei suoi media e linguaggi, in sintonia con i cambiamenti sociali e culturali.

sbocchi occupazionali:
Il laureato e la laureata del Corso di Studio in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni lavora come junior manager nel campo della comunicazione aziendale e organizzativa, della comunicazione pubblica e istituzionale, della comunicazione pubblicitaria, della comunicazione integrata di promozione e di marketing, delle pubbliche relazioni, della comunicazione digitale e del social media management.

Può trovare occupazione come:
- copywriter, account, esperto/a media nelle agenzie pubblicitarie;
- social media manager, content manager e project manager nelle web agency;
- responsabile della comunicazione o comunicatore/comunicatrice pubblico/a negli uffici di comunicazione di imprese ed enti (ufficio marketing, ufficio marketing territoriale, ufficio relazione con il pubblico);

• addetto/a 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).

QUADRO A2.b | Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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

QUADRO A3.a | Conoscenze richieste per l'accesso

20/02/2023

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni lo/la studente/ssa deve essere in possesso di conoscenze specifiche negli ambiti delle scienze della comunicazione, in particolare delle scienze mediologiche, semiotiche, linguistiche e informatiche, delle scienze umane ed economico-sociali, e nell'ambito delle discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche. Fra i requisiti curricolari d'accesso è inoltre prevista la conoscenza della lingua inglese.

Sono considerati titoli idonei all'ammissione al Corso di Studio magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni, senza necessità di ulteriore verifica per quanto riguarda il possesso dei requisiti curricolari d'accesso
a) le lauree triennali (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguite 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) le lauree triennali (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguite in classi diverse da

quelle sopraindicate, a condizione che nel curriculum individuale degli studi il/la laureato/a abbia conseguito un numero minimo di 60 CFU nei Settori Scientifici Disciplinari (SSD) afferenti alle macro-aree scientifiche, umanistiche, sociologiche e giuridiche. Per la formulazione dei Settori Scientifico Disciplinari specifici si rimanda al Regolamento didattico del Corso di Studio.

In entrambi i casi a) e b) il/la laureato/a deve aver conseguito almeno 3 CFU per la lingua inglese.

Ai fini dell'ammissione è inoltre prevista la Verifica dell'adeguatezza della Preparazione Personale (VPP); le modalità di verifica sono definite nel Regolamento didattico del Corso di Studio.

QUADRO A3.b | Modalità di ammissione

10/05/2024

Per l'ammissione al CdS 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 curricolari 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 sovrannumerari 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.

Link: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/requisiti-curricolari-di-accesso (Pagina web CdS LM-59 Modalità di ammissione)

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Schede per la verifica dei requisiti di ammissione al CdS LM-59

QUADRO A4.a | Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

09/12/2022

Il Corso di Studio 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 laureati/e esperti/e 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.
Il/la laureato/a magistrale possiede inoltre le competenze avanzate necessarie a concorrere a un Dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della comunicazione.

La laurea magistrale in Comunicazione e Pubblicità per le organizzazioni 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 comunicatore/comunicatrice pubblico/a;
• 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.

Il percorso formativo del Corso di Studio magistrale è articolato in un primo anno dove si concentrano prevalentemente le discipline caratterizzanti e un secondo anno professionalizzante.
In relazione alla formazione caratterizzante del primo anno verranno attivati insegnamenti in particolare nell'area della sociologia della comunicazione, della cultura, dei consumi e dell'immaginario e delle culture visuali, nell'area della comunicazione pubblicitaria, pubblica, sociale e d'impresa, ed eventualmente in altri ambiti caratterizzanti.
Il secondo anno prevede soprattutto insegnamenti orientati a creare competenze nell'area della creatività pubblicitaria, oltre a competenze professionalizzanti nell'area della cultura e della comunicazione in generale, al fine di creare profili professionali nell'area della creatività della comunicazione; insegnamenti orientati a fornire competenze professionalizzanti nell'area del marketing, della comunicazione d'impresa e della pubblicità, in linea con l'obiettivo di formare profili professionali nell'area della pianificazione, progettazione e gestione dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni complesse.
La formazione è completata da uno stage obbligatorio presso un'impresa, un ente, un'agenzia di comunicazione o pubblicitaria nell'area professionale di riferimento.

QUADRO A4.b.1 RaD

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

Conoscenza e capacità di comprensione	Il/la laureato/a magistrale deve conseguire conoscenze e capacità di comprensione specialistiche dei processi sociali e delle pratiche di consumo, delle forme della narrazione contemporanea testuali e audiovisive, delle logiche, delle modalità espressive delle forme organizzative dei diversi media della comunicazione, con particolare attenzione alle forme mediali in cui si esprime l'immaginario contemporaneo delle forme avanzate della comunicazione nei contesti mediatizzati della società contemporanea. Inoltre consegue conoscenze e capacità di comprensione specialistiche delle forme dei linguaggi nel campo della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa e delle sue tendenze più innovative, così come delle strategie del marketing contemporaneo, soprattutto nei contesti digitali. Al fine di acquisire tali competenze lo/la studente/ssa: - partecipa a insegnamenti di carattere teorico e laboratoriale; - partecipa a esercitazioni in classe; - partecipa a workshop individuali e di gruppo. L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità: - esame scritto e orale; - prove intermedie di verifica;	

	- presentazione orale e discussione dei lavori realizzati durante le esercitazioni in classe; - presentazione dei prodotti dei workshop individualmente e/o in gruppo; - revisioni periodiche e discussioni individuali e/o di gruppo con il/la docente.	
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Il/la laureato/a deve essere capace di applicare metodologie di analisi di prodotti sociali, culturali e di consumo e di prodotti comunicativi e mediali e di produrre testi narrativi. Deve essere inoltre in grado di applicare metodologie di analisi dei processi comunicativi nelle organizzazioni, metodologie di analisi preliminari alla progettazione dei piani di comunicazione; deve saper individuare e utilizzare le fonti informative necessarie alla raccolta di dati; deve progettare campagne di comunicazione pubblicitaria e organizzativa; deve saper argomentare le proprie proposte anche in lingua inglese. Al fine di acquisire tali competenze lo/la studente/ssa: - svolge progetti individuali e/o di gruppo; - predispone tesine e paper scritti applicando le conoscenze e capacità critiche acquisite nell'ambito degli insegnamenti teorici e laboratoriali; - presenta risultati ed elaborati realizzati nelle esercitazioni individuali e/o di gruppo utilizzando strumenti di analisi empirica e teorica acquisiti; - svolge obbligatoriamente attività di stage. L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità: - esame scritto e orale; - prove intermedie di verifica; - presentazione orale e discussione dei lavori svolti dallo/a studente/ssa, individualmente o in gruppo, guidata dal/dalla docente; - revisioni periodiche e discussioni individuali con il/la docente; - realizzazione della relazione stage.	

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

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 mediali 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.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI url
COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO url
LINGUAGGI ARTISTICI url
LINGUAGGI ARTISTICI url
LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE url
POLITICA E SOCIETÀ GLOBALE url
PSICOLOGIA DEI CONSUMI url
SCIENZA DELLA POLITICA - CORSO AVANZATO url
SOCIOLOGIA DEI CONSUMI url
SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI url
SOCIOSEMIOTICA DEL TURISMO url
STORIA VISUALE url

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.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
COMUNICAZIONE AZIENDALE E INTERNET MARKETING url
COMUNICAZIONE PUBBLICA STRATEGICA url
GLOBAL AUDIOVISUAL MEDIA INDUSTRIES url
LABORATORIO DI BRAND IDENTITY url
LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ) url
LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA url
LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA url
LABORATORIO DI CREAZIONE CONTENUTI PER I SOCIAL MEDIA url
LABORATORIO DI MARKETING TERRITORIALE url
LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA url
LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA url
LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY url
LABORATORIO DI WEB MARKETING url
MARKETING STRATEGICO url

QUADRO A4.c	Autonomia di giudizio Abilità comunicative Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio	Il/la laureato/a deve avere 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. Il/la laureato/a magistrale deve: - essere capace 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); - essere capace di valutare le informazioni raccolte alla luce delle caratteristiche della fonte, della sua autorevolezza nel campo specifico e del proprio posizionamento in relazione alle altre fonti (es. centri di ricerca autonomi, dati forniti da imprese private, fonti ufficiali e fonti informali, giornalisti professionisti e non, autorevolezza delle fonti anche online); - deve aver sviluppato 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 d'impresa, sia pubblica sia privata, e dell'etica della comunicazione pubblicitaria. Al fine di acquisire tali competenze lo/la studente/ssa, nel corso degli insegnamenti nelle discipline caratterizzanti e affini e integrative, nonché nella preparazione della tesi di laurea: - fa lavori di gruppo e 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; - svolge 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; - in fase di presentazione orale alla classe deve rispondere alle richieste di chiarimento e alle critiche del/della docente e dei/delle colleghi/e al loro metodo di analisi e di argomentazione; - partecipa a momenti periodici di revisione e di discussione individuale con il/la docente, con feedback orale e/o scritto a commento del lavoro 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 da studenti/sse, individualmente o in gruppo, guidata dal/dalla docente; - revisioni periodiche e discussioni individuali con il/la docente, anche in relazione alla stesura dell'elaborato finale di laurea.	
Abilità		

comunicative	Il/la laureato/a deve saper comunicare informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori/interlocutrici specialisti/e e non specialisti/e. Il/la laureato/a magistrale deve essere capace 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/e; - utilizzare programmi informatizzati e multimediali a supporto della presentazione di idee e problemi in pubblico; - saper esprimere contenuti nelle piattaforme dei social media. Al fine di acquisire tali competenze lo/la studente/ssa, nell'ambito degli insegnamenti delle discipline caratterizzanti e affini e integrative: - prepara e realizza 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; - predispone tesine e paper scritti; - partecipa a laboratori specifici di scrittura creativa e professionale (ufficio stampa, copywriting, scrittura creativa, laboratorio video, ecc.); - partecipa 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 dallo/dalla studente/ssa, individualmente o in gruppo, guidata dal/dalla docente; - esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà; - partecipazione a momenti periodici di revisione e di discussioni individuale con i/le docenti/e.	
Capacità di apprendimento	Il/la laureato/a magistrale deve aver sviluppato quelle capacità di apprendimento che sono necessarie sia ad assumere ruoli di responsabilità nel mondo delle professioni della comunicazione pubblicitaria e organizzativa sia per intraprendere studi successivi con un alto grado di autonomia, in particolare nel dottorato di ricerca nelle discipline delle Scienze della comunicazione. Il/la laureato/a magistrale deve aver sviluppato metacompetenze di apprendimento: - capacità di pensiero astratto; - metodologie di analisi dei problemi; - capacità di giudizio autonomo. Al fine di acquisire tali competenze lo/la studente/ssa nell'ambito degli insegnamenti del biennio e delle attività integrative: - partecipa a lavori di gruppo in aula, con la guida del/della docente; - elabora tesine di approfondimento su temi assegnati; - prepara e realizza presentazioni pubbliche in aula, discutendo e argomentando con gli/le altri/e studenti/sse e con il/la docente; -predispone 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 dallo/a studente/ssa, individualmente o in gruppo, guidata dal/dalla docente; - esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà; - partecipazione a revisioni periodiche e discussioni individuale con i/le docenti; - discussione finale dell'elaborato di laurea.	

QUADRO A4.d Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

09/12/2022

Nelle attività affini integrative rientrano quelle attività didattiche atte a fornire elementi di approfondimento nel Corso di Studio e di definizione e acquisizione delle competenze avanzate utili ai profili professionali previsti dalla classe LM-59. In particolare le attività formative affini e integrative comprendono insegnamenti finalizzati all'acquisizione di approfondite conoscenze e abilità avanzate pertinenti alle seguenti aree disciplinari: marketing e comunicazione d'impresa (area 13 Scienze economiche e statistiche), metodologia e tecniche della ricerca sociale (area 14 Scienze politiche e sociali) e culture digitali, internet studies e internet methods (area 14 Scienze politiche e sociali), utili al completamento della formazione della figura professionale prevista dagli obiettivi specifici del CdS.
A completamento del percorso formativo, si ritiene utile considerare l'inserimento di attività didattiche volte ad acquisire competenze avanzate nell'ambito delle discipline afferenti all'analisi e alla produzione delle forme mediali e visuali (area 14 Scienze politiche e sociali), delle forme artistiche e dei beni culturali (area 10 Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche), delle discipline di area psicologica (area 11 Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche) e del design (area 8 Ingegneria civile e architettura), nel rispetto dell'articolazione dei profili professionali previsti dal Corso di Studio.
Infatti, queste aree disciplinari permettono di consolidare la formazione avanzata nei settori della comunicazione pubblicitaria, della comunicazione pubblica, sociale e di impresa, della comunicazione organizzativa nei contesti nazionali e internazionali. Le attività comprese in queste aree disciplinari sono utili a formare profili professionali in possesso di conoscenze, abilità e competenze avanzate ad affrontare adeguatamente i contesti sociali, culturali e organizzativi contemporanei.
Ulteriori attività, mirate all'innalzamento delle competenze trasversali, concorrono al completamento del profilo professionale del laureato e della laureata e mirano a fornire strumenti utili ad agevolarne l'efficace inserimento nel contesto lavorativo.

QUADRO A5.a Caratteristiche della prova finale

19/12/2022

La prova finale può consistere, alternativamente, in:
a. elaborato di analisi e approfondimento di una tematica concordata con un/una docente del Corso di Studio magistrale. L'elaborato, di natura teorica, metodologica o applicativa, deve essere pertinente con il percorso di studi magistrale e prevede una rassegna della letteratura, un inquadramento del problema e una trattazione esauriente che introduca elementi di originalità nel campo specifico di studi, una bibliografia essenziale ragionata con riferimenti alla letteratura innovativa e di respiro non solo nazionale.
b. realizzazione di un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso del Corso di Studio magistrale concordato con

un/una docente del Corso (ad es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione pubblica o sociale, di un sito web, immagine coordinata, prodotto multimediale, ecc.), che preveda un inquadramento teorico e metodologico del progetto che ne argomenti le scelte e le caratteristiche e rimandi alla letteratura delle principali discipline di riferimento (sociologia della comunicazione, semiotica, marketing, linguistica, ecc.) a supporto del progetto e includa una valutazione critica del progetto in termini di effetti (ricadute sui processi di comunicazione, ricadute sui processi sociali, ricadute economiche, ecc.).
La prova finale della laurea magistrale deve presentare un livello di complessità, approfondimento e originalità nettamente superiore a quanto richiesto per la prova finale della laurea triennale.

QUADRO A5.b | Modalità di svolgimento della prova finale

10/05/2024

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 nel 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 (di cui 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, 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 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 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.
La commissione della prova finale formula il voto finale di conseguimento titolo sulla base della media ponderata degli esami sostenuti nel percorso formativo (espressa in centodecimi), dei punti aggiuntivi assegnati sulla base delle

determinazioni assunte dal Senato Accademico o dal Dipartimento e della valutazione della tesi di laurea comprensiva della dissertazione.

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: 1 punto è riconosciuto a prove finali valutate come sufficienti, 2 punti a prove finali più che sufficienti, 3 punti a prove finali discrete, 4 punti a prove finali buone, 5 punti a prove finali distinte e 6 punti a prove finali ottime. La lode viene conferita a prove finali 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.

Alla studentessa e allo studente che, durante il soggiorno Erasmus, abbiano conseguito almeno 9 CFU nel periodo di studio all'estero o abbiano svolto la tesi di laurea, viene assegnato 1 punto ulteriore.
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 laurearsi in corso e 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 email 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'.

Il CdS prevede il rilascio del Diploma Supplement, documento bilingue (italiano-inglese) integrativo del titolo di studio, in uso tra i Paesi dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore.

Link: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/tesi-di-laurea-2 (Pagina web CdS LM-59 Prova finale di laurea)

QUADRO B1 — Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Regolamento didattico del CdS LM-59

Link: https://www.uniurb.it/corsi/1757174

QUADRO B2.a — Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

https://www.uniurb.it/corsi/1757174/calendario-delle-attivita-didattiche-lezioni-esami-tesi

QUADRO B2.b — Calendario degli esami di profitto

https://www.uniurb.it/corsi/1757174/calendario-delle-attivita-didattiche-lezioni-esami-tesi

QUADRO B2.c — Calendario sessioni della Prova finale

https://www.uniurb.it/corsi/1757174/calendario-delle-attivita-didattiche-lezioni-esami-tesi

QUADRO B3 — Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI link	BOCCIA ARTIERI GIOVANNI CV	PO	9	54	✔
2.	SPS/07	Anno di corso 1	COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO link	SACCHETTI FRANCESCO CV	PA	6	36	✔
3.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA link	CAPANNA PISCE' GUIDO CV		6	36	
4.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI CREAZIONE CONTENUTI PER I SOCIAL MEDIA link	BRILLI STEFANO CV	RD	6	36	
5.	ICAR/13	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA link	PIERINI JONATHAN CV		6	36	
6.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA link	TORINO ALESSIO CV	PA	6	36	
7.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI WEB MARKETING link	GIGLIETTO FABIO CV	PA	6	36	✔
8.	L-ART/02	Anno di corso 1	LINGUAGGI ARTISTICI link	AMBROSINI MASSARI ANNA MARIA CV	PO	6	36	
9.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE link	ANTONIONI STEFANIA CV	PA	9	54	
10.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING STRATEGICO link	DINI MAURO CV		6	36	
11.	M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DEI CONSUMI link	SARLO MICHELA CV	PA	6	36	
12.	SPS/08	Anno di	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI link	GIANNINI LORENZO CV	RD	9	54	

		corso 1						
13.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI link	GEMINI LAURA CV	PO	9	54	✔
14.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA VISUALE link	MONTESI BARBARA CV	RD	6	36	
15.	SECS-P/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE AZIENDALE E INTERNET MARKETING link			6		
16.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE PUBBLICA STRATEGICA link			8		
17.	NN	Anno di corso 2	GLOBAL AUDIOVISUAL MEDIA INDUSTRIES link			6		
18.	SECS-P/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI BRAND IDENTITY link			6		
19.	L-LIN/12	Anno di corso 2	LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ) link			6		
20.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA link			6		
21.	SECS-P/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI MARKETING TERRITORIALE link			6		
22.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY link			6		
23.	L-ART/02	Anno di corso 2	LINGUAGGI ARTISTICI link			6		
24.	SPS/04	Anno di corso 2	POLITICA E SOCIETÀ GLOBALE link			6		
25.	SPS/04	Anno di corso 2	SCIENZA DELLA POLITICA - CORSO AVANZATO link			6		
26.	SPS/08	Anno di corso 2	SOCIOSEMIOTICA DEL TURISMO link			6		

QUADRO B4 | Aule

Descrizione link: Pagina web di Ateneo Aule e Laboratori
Link inserito: https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Aule per le attività didattiche del CdS

QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Pagina web di Ateneo Aule e Laboratori
Link inserito: https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Laboratori e aule informatiche per le attività didattiche del CdS

QUADRO B4 | Sale Studio

Descrizione link: Pagina web di Ateneo Aule e Laboratori
Link inserito: https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici

Descrizione altro link: Pagina web del CdS Servizi e facilities (postazioni studio)
Altro link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/servizi-e-facilities

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Postazioni studio a disposizione del CdS LM-59

QUADRO B4 | Biblioteche

Descrizione link: Pagina web di Ateneo Biblioteche
Link inserito: https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/biblioteche/informazioni-e-contatti

Descrizione altro link: Pagina web del CdS LM-59 Servizi e facilities (biblioteche)
Altro link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/servizi-e-facilities

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Bilioteche con materiali a supporto del CdS LM-59

QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

21/05/2024

Le iniziative di orientamento, tutorato e placement sono proposte e coordinate dal corso di studio CPO, unitamente alla/al referente del CdS e alla Commissione orientamento e tutorato della Scuola di Scienze della Comunicazione. La Commissione è composta da una/un docente referente per l'orientamento, che
è anche delegato del DISCUI nella Commissione orientamento di Ateneo, una/un docente referente per il tutorato, da docenti tutor del CdS e da studentesse/studenti tutor; ha il compito di programmare e coordinare tali attività nel corso di ogni anno accademico, in collaborazione con la/il referente del CdS, le/i docenti e gli uffici coinvolti; inoltre monitora l'efficacia e il gradimento di tali iniziative e individua eventuali azioni correttive e/o migliorative.
Un ulteriore supporto è dato dalle studentesse e dagli studenti tutor della Scuola, che sono contrattualizzati annualmente tramite bando di Ateneo e i cui nominativi e contatti sono reperibili sulla pagina web del CdS; dopo aver partecipato al corso di formazione iniziale per tutor dell'Ateneo e all'incontro di formazione specifico sul CdS e organizzato dalla Scuola, prendono parte alle iniziative dedicate, seguono studentesse e studenti in tutto il percorso formativo, li assistono e li motivano.

Il corso di studio CPO aderisce a tutte le iniziative di orientamento e tutorato dell'Ateneo; inoltre, programma e organizza attività di orientamento dedicate esclusivamente a studentesse e studenti del CdS. Tali iniziative sono opportunamente comunicate nella bacheca avvisi, nella pagina web e nei canali social del CdS, e, se necessario, anche tramite mail.

Le attività di orientamento in ingresso sono pensate per far conoscere il corso di studio a future/i studentesse e studenti e presentarlo in maniera più approfondita a coloro che si sono appena iscritte/i.
Riguardo alle iniziative di Ateneo, il corso di studio partecipa all'Open Day (maggio-giugno e settembre), in cui sono organizzati incontri in presenza e online per presentare la propria offerta formativa.
Riguardo alle iniziative a livello di CdS, è offerto un servizio di orientamento a distanza a studentesse e studenti interessati a iscriversi a CPO, che possono contattare la/il referente del CdS, il personale TA dell'Ufficio Supporto alla didattica e management-Scuola di Scienze della Comunicazione e le studentesse e gli studenti tutor per avere informazioni sui requisiti di accesso, sul piano di studio, sulle strutture didattiche, sull'esperienza del percorso formativo ed eventualmente richiedere un appuntamento per un incontro individuale.
Inoltre, a inizio anno accademico, sono organizzati due incontri di presentazione e benvenuto (ottobre-novembre), uno dedicato alle/ai nuove/i iscritte/i del percorso standard e uno a coloro che sono iscritte/i al percorso part time, durante i quali la/il referente del CdS, insieme al personale TA dell'Ufficio Supporto alla didattica e management-Scuola di Scienze della Comunicazione, fornisce le prime informazioni utili sul percorso di studio e presenta servizi e uffici a supporto.

Nelle pagine web di Ateneo e del CdS 'Studenti con disabilità' e 'Studenti con DSA', studentesse e studenti in possesso di certificazione di disabilità o con DSA possono reperire informazioni relative a strumenti compensativi e misure dispensative messi a disposizione dall'Ateneo e dal CdS durante il percorso di studio, conoscere le modalità didattiche di tipo inclusivo a cui possono accedere, individuare i contatti dell'Ufficio Inclusione e Diritto allo studio di Ateneo.
Servizi per studenti con DSA
Servizi per studenti con Disabilità

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Orientamento e Tutorato
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/informazioni-orientamento-e-tutorato

QUADRO B5 | Orientamento e tutorato in itinere

14/05/2024

Le attività di orientamento in itinere sono coordinate dalla Commissione orientamento e tutorato della Scuola di Scienze della Comunicazione e sono organizzate prevalentemente a livello di CdS; sono inoltre pensate
per affiancare studentesse e studenti durante il percorso di studio, coadiuvandoli nel concludere la carriera universitaria nei tempi previsti.
Le/i docenti tutor svolgono prevalentemente attività didattico-integrativa, di recupero, orientamento e monitoraggio in itinere delle carriere; l'attività tutoriale nei confronti della laureanda e del laureando, invece, è svolta primariamente dalla/dal docente che supervisiona la dissertazione finale.
Ulteriore supporto è dato dal servizio di tutorato da parte di studentesse e studenti tutor della Scuola, che offrono una consulenza mirata durante l'anno accademico, rispondono a specifiche richieste inerenti il percorso di studio e/o indirizzano studentesse e studenti agli uffici competenti, assicurando la facilitazione, il raccordo e la diffusione di informazioni e chiarimenti fra
pari.

Riguardo alle iniziative di orientamento in itinere a livello di CdS, sono organizzati:
- incontri sulla compilazione del piano di studio, specifici per anno di iscrizione al corso e percorso standard/part time (ottobre), per dare informazioni sulla procedura e sulle relative tempistiche, presentare la guida alla compilazione, supportare nella scelta degli insegnamenti opzionali e a libera scelta, effettuare simulazioni di compilazione;
- incontri per presentare il questionario sulle opinioni delle studentesse e degli studenti, svolti durante le lezioni del primo e del secondo semestre didattico, per facilitarli nella compilazione del relativo questionario e aiutarli a comprendere meglio alcune domande;
- incontro su stage e tirocini (ottobre), a cura del servizio stage della Scuola, per fornire informazioni utili sull'attivazione e organizzazione dello stage e per far sì che studentesse e studenti scelgano un'opportunità di stage mirata all'acquisizione di competenze spendibili nel mercato del lavoro;
- incontro sulla prova finale di laurea (novembre-dicembre), per dare informazioni sulla procedura di conseguimento titolo e sulle relative tempistiche, sulla struttura e stesura della tesi, sulla ricerca bibliografica, come da guida redatta dalla Scuola;
- incontro sul bando Erasmus+ per ogni anno accademico (gennaio), a cura delle/dei referenti Erasmus, per promuovere e presentare il bando, fornire indicazioni per inviare la propria candidatura, coadiuvare nella scelta della meta estera.

Informazioni relative a strumenti compensativi e misure dispensative specifici per studentesse e studenti in possesso di certificazione di disabilità o con DSA sono reperibili nelle pagine web di Ateneo e del CdS 'Studenti con disabilità' e 'Studenti con DSA'; modalità didattiche di tipo inclusivo adottate dall'Ateneo e dal CdS sono messe a disposizione per tutto il

percorso di studio e supportano la studentessa e lo studente durante le lezioni, lo studio individuale e le verifiche di profitto.
Servizi per studenti con DSA
Servizi per studenti con Disabilità

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Orientamento e Tutorato
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/informazioni-orientamento-e-tutorato

QUADRO B5 — Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

27/05/2024

Lo stage è un'attività obbligatoria prevista al secondo anno di corso e programmata entro l'inizio del secondo semestre, che completa la formazione di studentesse e studenti.
Oltre al supporto e all'organizzazione di incontri informartivi curati dall'Ufficio Stage e Job Placement di Ateneo durante l'anno accademico, annualmente il CdS programma un incontro informativo relativo a procedure e tempistiche di attivazione dello stage, con l'obiettivo di orientare studentesse e studenti nella scelta di imprese, enti, agenzie di comunicazione, nazionali o internazionali, in cui svolgere l'esperienza di tirocinio.
L'incontro è organizzato dal servizio stage della Scuola, in coordinamento con la referente del CdS.
È previsto anche un orientamento e tutorato in itinere individuale, svolto dal servizio stage della Scuola, durante tutto il periodo di stage.

Le referenti Erasmus della Scuola, inoltre, promuovono, attraverso incontri informativi annuali e la segnalazione del bando nelle pagine web del CdS, la partecipazione di studentesse e studenti al bando Erasmus Traineeship, per incentivare lo svolgimento del tirocinio curricolare all'estero.

Informazioni relative a strumenti compensativi e misure dispensative specifici per studentesse e studenti in possesso di certificazione di disabilità o con DSA sono reperibili nelle pagine web di Ateneo e del CdS 'Studenti con disabilità' e 'Studenti con DSA'; modalità didattiche di tipo inclusivo adottate dall'Ateneo e dal CdS sono messe a disposizione per tutto il percorso di studio e supportano la studentessa e lo studente durante le lezioni, lo studio individuale, le verifiche di profitto e l'attività di stage.
Servizi per studenti con DSA
Servizi per studenti con Disabilità

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Stage e Tirocini
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/stage
Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Elenco enti e aziende convenzionati per stage CdS LM-59

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 regolamenta, 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.

L'Ufficio Mobilità Internazionale di Ateneo si occupa di fornire servizi di supporto e assistenza per la mobilità internazionale di studentesse e studenti.
Presso la Scuola di Scienze della Comunicazione le docenti referenti Erasmus coordinano le attività di orientamento alla mobilità e si occupano della valutazione e approvazione degli accordi didattici all'interno del programma di scambio Erasmus+, compresi la compilazione e stipula degli accordi didattici, poi perfezionati dall'Ufficio Mobilità internazionale di Ateneo.
Le convenzioni attivate sono finalizzate a sviluppare e promuovere scambi culturali e collaborazioni internazionali nelle aree di apprendimento pertinenti all'offerta formativa del corso di studio.

Inoltre sono attive convenzioni con paesi al di fuori dell'Unione Europea, che permettono ugualmente mobilità di studio o tirocinio.
L'Università di Urbino partecipa al programma ISEP (International Student Exchange Program) di Arlington (VA), organizzazione che agevola i programmi di scambio con le università statunitensi e ogni anno pubblica un bando per borse di studio per gli Stati Uniti. L'elenco delle destinazioni affiliate al network ISEP è denominato ISEP HOST INSTITUTIONS IN THE U.S. ed è consultabile in questa pagina https://www.isepstudyabroad.org/member-universities/.

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Erasmus e mobilità internazionale
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/programma-erasmus-e-mobilita-internazionale

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	Universite Saint-Louis-Bruxelles Asbl		25/02/2014	solo italiano
2	Belgio	Universite de Liege		13/03/2017	solo italiano
3	Francia	Michel De Montaigne - Bordeaux 3 University		26/02/2021	solo italiano
4	Francia	Rennes II University		11/02/2020	solo italiano
5	Grecia	Aristotle University of Thessaloniki		09/11/2021	solo italiano
6	Grecia	Panteion University of Social and Political Sciences		18/04/2019	solo italiano
7	Spagna	Autonomous University of Barcellona		01/12/2022	solo italiano

8	Spagna	Pontifical University of Salamanca		20/10/2023	solo italiano
9	Spagna	Rovira I Virgili University		30/05/2018	solo italiano
10	Spagna	University of Castilla-La Mancha		07/05/2019	solo italiano
11	Turchia	Galatasaray University		23/03/2017	solo italiano
12	Turchia	Istinye University		15/01/2024	solo italiano

QUADRO B5 — Accompagnamento al lavoro

14/05/2024

Le attività di orientamento in uscita sono coordinate dalla Commissione orientamento e tutorato della Scuola di Scienze della Comunicazione e organizzate prevalentemente a livello di Ateneo e condivise dal CdS; esse sono pensate per accompagnare le laureate e i laureati nel mondo del lavoro. L'Ufficio Stage e Job Placement di Ateneo, in raccordo con il servizio stage della Scuola, dialoga con le imprese per creare un incrocio domanda/offerta il più rispondente possibile alle proprie esigenze e alle competenze delle laureate e dei laureati in uscita. Offre, inoltre, continuativamente durante il corso dell'anno accademico, informazioni sui servizi disponibili e promuove tirocini curriculari ed extracurriculari finalizzati all'inserimento nel mercato del lavoro, favorendone la riduzione dei tempi di ingresso.
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.

Riguardo alle iniziative di orientamento in uscita a livello di Ateneo, è organizzato almeno una volta all'anno il Career Day (ottobre, più eventuale Spring edition a maggio), che prevede cicli di seminari finalizzati all'approfondimento del mercato del lavoro e degli strumenti per un efficace inserimento; le aziende, inoltre, vi partecipano sia con presentazioni aziendali sia con colloqui di recruitment mirati. Il corso di studio prende parte attivamente al Career Day, attraverso la/il delegata/o di Dipartimento, progettando e organizzando seminari professionalizzanti per studentesse e studenti che stanno concludendo il loro percorso e laureate/i.

Riguardo alle iniziative di orientamento in uscita a livello di CdS, CPO promuove stage post laurea, organizza nell'ambito degli insegnamenti del corso business game finalizzati all'attivazione di uno stage, partecipa a iniziative di accompagnamento al lavoro in collaborazione con aziende e associazioni di categoria del territorio.
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.

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 la COLONIA della Comunicazione
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/la-colonia-della-comunicazione-2

QUADRO B5 — Eventuali altre iniziative

29/05/2024

Il corso di studio ha aderito al progetto d'Ateneo Blended Learning Uniurb, che permette di affiancare alla didattica frontale in presenza una piattaforma tecnologica (moodle) che facilita la condivisione di materiali dei singoli insegnamenti tra docenti e studentesse e studenti; consente poi l'interazione continua tra docenti e discenti, mediata dal forum e da altre funzionalità della piattaforma.
Alla didattica frontale viene affiancata la didattica innovativa, che consiste nell'adottare metodologie di insegnamento alternative alle lezioni frontali, come dibattito, problem-based learning, flipped classroom, learning by doing; l'intento è quello di intercettare da un lato le specificità espistemiche dei saperi e dall'altro le modalità preferenziali di apprendimento di studentesse e studenti.

Inoltre, il corso di studio ha attivato un percorso a tempo parziale, che consente di completare il percorso formativo in quattro anni invece che due, con l'intento di rendere più flessibile l'offerta rispetto alle esigenze di studentesse e studenti, in particolare lavoratori.

Infine, informazioni relative a strumenti compensativi e misure dispensative specifici per studentesse e studenti in possesso di certificazione di disabilità o con DSA sono reperibili nelle pagine web di Ateneo e del CdS 'Studenti con disabilità' e 'Studenti con DSA'; modalità didattiche di tipo inclusivo adottate dall'Ateneo e dal CdS sono messe a disposizione per tutto il percorso di studio e supportano la studentessa e lo studente durante le lezioni, lo studio individuale, le verifiche di profitto e l'attività di stage.
Servizi per studenti con DSA
Servizi per studenti con Disabilità

Descrizione link: Pagina web di Ateneo Blended learning
Link inserito: https://www.uniurb.it/studiaconnoi/servizi-agli-studenti/blended-learning

QUADRO B6 — Opinioni studenti

12/09/2024

Le opinioni di studentesse e studenti relative all'efficacia dei singoli insegnamenti e del percorso di studio nel suo complesso relativamente all'anno accademico 2022/2023 (informazioni fornite dal PQA in data 11 marzo 2024) sono state rilevate attraverso la compilazione di 803 schede individuali riferibili a 22 unità didattiche (4 in più rispetto all'a.a. 2021/2022). Si precisa che i dati forniti dal PQA relativi all'a.a. 2023-2024, essendo parziali (poichè riferiti agli insegnamenti del primo semestre), non vengono presi in considerazione in questa sezione della SUA (saranno oggetto, assieme ai futuri dati relativi al secondo semestre, della scheda SUA-quadro B del prossimo anno).
Poiché si considera come soddisfacente una valutazione pari o superiore al 7, come per gli anni precedenti gli insegnamenti del CdS CPO, continuano ad essere valutati positivamente. Si registra persino un miglioramento rispetto all'anno precedente, dato che le medie complessive per ogni docente superano il punteggio 7 (media minima: 7,6). La media dei punteggi di tutte/i le/i docenti continua a migliorare ed è pari a 8,35, confermando l'andamento positivo degli ultimi quattro anni (1 anno: 7,93; 2 anni: 7,69, 3 anni: 7,59; 4 anni: 7,54).

Come è accaduto lo scorso anno, in generale, continua ad aumentare (e, in alcuni casi, in modo significativo) la media voto per tutte le domande del questionario rispetto all'a.a. precedente. Infatti, il CdS registra un incremento del punteggio medio per ogni domanda: per nove domande si registra un incremento pari o superiore a 0,5 punti (D2, D3, D4, D12, D18, D19, D20, D21, D23), mentre per altre cinque domande (D5, D13, D15, D16, D22) si registra un miglioramento inferiore a 0,5 punti, ma che comunque porta la media alla fascia superiore (ad esempio, da 7,8 a 8.2).
Pertanto, anche le valutazioni espresse relativamente agli aspetti organizzativi e strutturali del corso (da D12 a D22) sono maggiori rispetto a quelle dell'anno precedente e in gran parte si registra un progressivo miglioramento nell'ultimo quadriennio.
Per quanto riguarda gli indicatori relativi agli aspetti della didattica (da D1 a D11, D23 e D24), si continua a rilevare un miglioramento complessivo.
Per quanto riguarda i singoli insegnamenti, i punteggi inferiori a 7 sono numericamente ridotti rispetto all'anno precedente. Si segnala che, per quanto riguarda la domanda D1 (sulle conoscenze preliminari), oggetto di monitoraggio nel tempo, solo nel caso di 2 insegnamenti la domanda ottiene un valore leggermente inferiore a 7 (pari a 6,9).
Si segnala infine che in due casi la/il docente ottiene un valore leggermente inferiore a 7 per quanto riguarda la chiarezza nel definire le modalità di esame (D4) e nell'esporre gli argomenti (D7).
Per quanto riguarda le domande di carattere strutturale (D12-D22) 8 sono i punteggi inferiori a 7. Di questi 6 riguardano un singolo insegnamento e, nello specifico, interessano le domande D16, D17, D18, D19, D20, D21 (con punteggio pari o inferiore a 5 per D17, D18 e D19).
La valutazione dello stage obbligatorio è tratta dalle schede compilate da studentesse e studenti a conclusione dell'esperienza (anno solare 2023, n.63 questionari compilati su 64 stage). Nel complesso le valutazioni sono pienamente positive: il 20,63% lo giudica molto utile, il 60,32% positivo e costruttivo, il 12,70% soddisfacente. Si segnala 1 caso di totale insoddisfazione e 3 casi di poca soddisfazione per il rapporto di stage intrattenuto con l'azienda ospitante (lo scorso anno si è registrato un solo caso).

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Dati risultati questionari studenti per l'a.a. 2022-2023 - fonte: Sisvaldidat

QUADRO B7 | Opinioni dei laureati

06/09/2024

I giudizi sull'esperienza universitaria si basano sul rapporto AlmaLaurea 2024 così come fornito dal Presidio di Qualità di Ateneo (XXVI Rapporto, Anno solare di laurea 2023: 71 laureate/i). I dati sono relativi alle/ai sole/i laureate/i che si sono iscritte/i al corso di laurea in anni recenti, cioè a partire dal 2020: 62 di cui 57 intervistate/i.
Premettendo che il corso di studio implica la frequenza obbligatoria per il 50% delle ore di lezione per gli insegnamenti di natura teorica e per il 75% degli insegnamenti laboratoriali (e solo chi si iscrive in modalità part-time, non ha tale obbligo), il 96,5% delle/dei laureate/i intervistate/i hanno frequentato regolarmente più del 50% degli insegnamenti previsti.
Per quanto riguarda l'adeguatezza del carico di studio degli insegnamenti alla durata del corso di studio, si registra una piena soddisfazione delle/dei laureate/i, confermando l'andamento degli ultimi tre anni (98,2%).
Si rileva un pieno apprezzamento per l'organizzazione degli esami, con una percentuale di soddisfatti pari al 94,8%, sostanzialmente in linea con l'andamento medio degli ultimi quattro anni.
I risultati continuano ad essere altrettanto confortanti per quanto riguarda la soddisfazione dei rapporti con le/i docenti, che risulta persino migliorata rispetto allo scorso anno e torna a essere pari al 100%, come 3 anni fa (nel 2023: 97,6%; nel 2022: 92,0%).
I dati mostrano come la percentuale di coloro che risultano complessivamente soddisfatti del corso di studio continua a risultare molto elevata 92,2%, confermando l'andamento medio dell'ultimo quadriennio.
Le aule per la didattica sono giudicate sempre o spesso adeguate dall'80% delle/dei laureate/i intervistate/i.
Complessivamente nel quadriennio sembra esserci un miglioramento nella valutazione delle aule da parte di studentesse e studenti (tre anni addietro la valutazione positiva era pari a 51,0%).
Coloro che hanno usufruito delle postazioni informatiche (24,6%) continua a diminuire progressivamente nell'ultimo quadriennio (l'anno precedente il 26,8% degli intervistati, rispetto al 37,0% dell'anno precedente e a 58,1% di tre anni addietro); il 57,1% degli utilizzatori le ritiene inadeguate.
Fra coloro che le hanno utilizzate (54,4% di intervistati, percentuale simile all'anno precedente), la percentuale di chi ritiene che le attrezzature per altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.) siano spesso o sempre adeguate è pari all'83,9%, superiore a quella dell'anno precedente, confermando il significativo miglioramento rispetto a tre-quattro anni precedenti (56,5%, 47,6%).
La percentuale di laureate/i intervistate/i che dichiarano di avere fatto uso dei servizi di biblioteca è pari al 68,4%, in controtendenza rispetto alla diminuzione registrata l'anno precedente (65,9%) e alla progressiva diminuzione del precedente triennio. Si mantiene elevata e tende a migliorare uleriormente, la percentuale di coloro che valutano abbastanza o molto positivamente tali servizi: 94,8%.
Si conferma una generale valutazione positiva del percorso di studio, dato che il 77,2% dei rispondenti (79,3%, lo scorso anno) ripeterebbe la stessa esperienza di studio (stesso corso) nell'Ateneo urbinate.

Descrizione link: Dati AlmaLaurea 2024_ Collettivo selezionato CdS LM-59_Laureate/i anno 2023
Link inserito: https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2023&corstipo=LS&ateneo=70063&facolta=tutti&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=0410107306000001&isstella=0&areageografica=tutti®ione=tutti&dimensione=tu
Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Dati AlmaLaurea 2024 (XVII Rapporto)_Laureate/i CdS LM-59 anno 2023_classe Centro_Soddisfazione

QUADRO C1 | Dati di ingresso, di percorso e di uscita

26/08/2024

DATI DI INGRESSO
Le/Gli iscritte/i per la prima volta a una laurea magistrale nell'anno 2023/20244 sono 71, (dato che compare nella scheda di Monitoraggio Annuale del corso che fa riferimento a dati aggiornati al 06 luglio 2024) (iC00c). Si tratta di un dato in leggero aumento rispetto all'anno precedente (+2 unità) che, quindi, conferma il riallineamento con i valori registrati quattro e cinque anni precedenti, nel periodo pre-pandemico. Questo dato segnala il fatto che si sta arrestando la progressiva diminuzione registrata nel biennio 2020-2022. Si segnala che il valore di Area è in diminuzione rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda il numero complessivo di iscritti al CdS (indicatore iC00d), il valore è pari a 162 unità, confermando la tendenza alla diminuzione nell'ultimo biennio. Andamento differente si riscontra negli altri Atenei che, dopo avere registrato una diminuzione dal 2021 al 2022, si stabilizza nell'ultimo anno a livello nazionale e migliora a livello di area geografica.

La varietà degli Atenei di provenienza (57,7%) (iC04) continua a confermare la decisa attrattività nazionale del corso di studio, che dal 2016 resta superiore alla media degli Atenei nazionali. Risulta superiore rispetto alla media di area geografica che diminuisce in modo significativa rispetto all'anno precedente (- 10% circa).

DATI DI PERCORSO
Dato che nel quadro fornito dall'ANVUR i dati di percorso relativi al 2023 non sono disponibili, si fa qui riferimento ai dati del 2022.
Tali dati denotano un andamento positivo del percorso di studio; tuttavia vi sono alcune tendenze che meritano di essere monitorare nel tempo:
- la percentuale di studentesse e studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 CFU nell'a.s. (ic01) è pari al 60,8%, in leggera diminuzione nell'ultimo triennio. Le medie di benchmarking risultano superiori e in aumento rispetto all'anno precedente (71,3% area geografica, 69,5% nazionale);
- la percentuale di CFU conseguiti al 1° anno su CFU da conseguire (iC13) è pari al 76,3%, in leggero aumento rispetto allo scorso anno (72,3%), confermando l'andamento del triennio precedente. Stessa cosa accade a livello di area e nazionale, le cui percentuali medie risultano superiori (area geografica: 85%, area nazionale: 82,1%).

Sempre nel 2022, la percentuale di coloro che proseguono nel 2° anno nello stesso corso di studio (iC14) resta molto elevata e pari a 93,3% e quella di chi prosegue al 2° anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 20 CFU al 1° anno (iC15) è dell'86,7% (in linea con gli ultimi 2 anni le cui percentuali risultano inferiori rispetto al triennio precedente in cui si attestavano sopra il 93%). Tale percentuale risulta un po' inferiore a quelle di area (91,2%) e nazionale (91%) che registrano un leggero aumento rispetto all'anno precedente.

La percentuale di studentesse e studenti che proseguono al 2° anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 40 CFU al 1° anno (iC16) è pari a 71,7%, ed è aumentata rispetto all'anno precedente (+8,4%), riducendo la differenza percentuale rilevata rispetto ai dati di area e nazionale. Queste ultime infatti, aumentano a loro volta, ma in misura minore rispetto al CdS (area 79%, +4,9% rispetto al 2021; nazionale 76,2%,,+2,6% rispetto al 2021).

Per quanto riguarda i dati relativi al 2023 (dati disponibili per i seguenti indicatori):
- la percentuale di laureate/i entro la normale durata del corso che hanno acquisito almeno 12 cfu all'estero (iC11) continua ad aumentare rispetto all'anno precedente ed è pari al 54,5%, confermando l'andamento positivo dell'ultimo biennio (39,0% nel 2022 e 18,5% nel 2021).
- il rapporto studentesse e studenti regolari/docenti (iC05) nel 2023 continua a migliorare, registrando una ulteriore positiva diminuzione, seppur lieve (è pari al 12,3 rispetto al 13,9 del 2022), dopo avere mostrato un calo significativo nel triennio precedente.

DATI DI USCITA
Per i seguenti indicatori i dati sono relativi al 2022 (non sono disponibili i dati del 2023).
La percentuale di iscritte/i che nel 2022 si laureano entro un anno oltre la durata del corso (iC17) è pari al 78,9%, in linea con l'andamento medio dell'ultimo triennio.
La quota di iscritte/i che si laureano entro la durata normale del corso (iC22) è pari al 66,7%, tornando in linea con i dati medi del triennio precedente e quelli di area e nazionale.
La percentuale di abbandoni nel lungo periodo (iC24) torna ad aumentare rispetto alla diminuzione regisitrata l'anno precedente ed è pari a 7,9%, così come avviene a livello di area (7,7%) e nazionale (8,0%).

Per l'indicatore iC25 è disponibile anche il dato del 2023 (92,2%). Si conferma l'andamento dell'ultimo quinquennio (2018-2022), in cui si sono registrate percentuali molto alte di laureande/i complessivamente soddisfatti del CdS, superiori alle medie di area e nazionali.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: SMA CdS LM-59 al 6 luglio 2024

QUADRO C2 | Efficacia Esterna

03/09/2024

I dati relativi all'indagine sulla condizione occupazionale delle/dei laureate/i (Alma Laurea 2024, XXVI Rapporto, Anno di indagine 2023, condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea, conseguita nel 2022).
Si tratta di n. 77 rispondenti su 93 laureate/i, ma, per una migliore confrontabilità della documentazione, si fa riferimento ai dati relativi alle/ai sole/i laureate/i che non lavoravano al momento della laurea: 57 su 77 intervistate/i.
Qualunque ne sia la forma, il dato sugli occupati a un anno dalla laurea è pari 66,7%, stessa percentuale dell'anno precedente in cui si era registrato un aumento; continua a risultare un po' inferiore rispetto al dato della classe di laurea del Centro Italia che però è leggermente in calo (71,4%, rispetto al 75% circa registrato l'anno precedente).
Il tempo d'ingresso nel mercato del lavoro dall'inizio della ricerca al reperimento del primo lavoro, valutato a cinque anni dalla laurea, è stato mediamente di 6 mesi, migliore rispetto ai 7,7 mesi dell'anno precedente, sostanzialmente in linea rispetto al dato di area geografica (5,5).
Il guadagno mensile netto medio degli occupati si attesta sui 1.251 euro (nettamente migliore rispetto ai 1.042 euro dell'anno precedente e più in linea con il dato di due anni addietro (1.226 euro) e torna ad essere in linea con il dato di area (1.244 euro).
Il 52,6% (percentuale leggermente ridotta rispetto alla rilevazione dell'anno precedente: 55,6%) dichiara di utilizzare in misura elevata le competenze acquisite con la laurea. Questo dato è nettamente superiore alla media di area (44,7%).
Infine, la valutazione numerica relativa alla propria soddisfazione lavorativa si colloca, in una scala da 1 a 10, sul valore medio di 7,9 (superiore al 7 dell'anno precedente), in linea con la media della classe di lauree del Centro Italia (7.7).

Guardando in prospettiva, il citato rapporto permette anche l'analisi dei dati a 3 anni (21 intervistate/i che, ugualmente, non lavoravano al conseguimento del titolo): il tasso di occupazione (definizione Istat sulle forze di lavoro) è del 90%, come l'anno precedente, ed è +5,5% rispetto alla media di area.
Il guadagno mensile netto medio degli occupati si attesta sui 1.292 (l'anno precedente risultava essere 1.318 euro), un po' inferiore a quello di area (1.469 euro).

Descrizione link: Dati AlmaLaurea 2024_ Collettivo selezionato CdS LM-59_Laureate/i anno 2023
Link inserito: https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2023&corstipo=LS&ateneo=70063&facolta=tutti&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=0410107306000001&isstella=0&areageografica=tutti®ione=tutti&dimensione=tu
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Dati AlmaLaurea 2024 (XVII Rapporto)_Laureate/i CdS LM-59 anno 2023_classe Centro_Occupazione

QUADRO C3 — Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

06/09/2024

Nell'anno solare 2023 hanno svolto lo stage obbligatorio 65 studentesse e studenti della laurea magistrale CPO con sede in Italia, a eccezione di un caso di stage in un paese extraeuropeo.
Il 60% (39 persone) ha svolto lo stage in un'azienda di servizi del settore "Comunicazione, editoria e pubblicità", il 10,76% (7 studenti) in "altri servizi" e il 9,23% (6 studenti) nel settore Marketing, Consulenza Aziendale e Commercio; 5 persone nel settore "Pubblica Amministrazione", 4 in aziende del settore "Meccanica", 2 nel settore "Alberghi, ricettività e ristorazione", 2 nel settore "Sanità e associazioni assistenziali non profit".
La percentuale di aziende ospitanti con un numero di addette/i non superiore a 10 è pari al 43,07% (n. 28), diminuisce sensibilmente dopo un trend di crescita quadriennale (dal 57,1% del 2019 al 72,62% del 2022). Il 30,76% (n.20) conta fra le/gli 11 e le/i 100 addette/i (percentuale raddoppiata rispetto all'anno precedente). N. 4 realtà contano fra le/i 101 e le/i 500 addette/i, n. 3 oltre 500 addette/i.
Gran parte degli stage (n.63) hanno avuto una durata non superiore a tre mesi e n.2 stage fra i 3 e i 6 mesi.
N. 55 stage sono terminati senza assunzione, 1 con assunzione e 9 hanno dato luogo a forme di collaborazione con l'azienda ospitante.
In base alle schede di valutazione compilate dagli enti ed imprese ospitanti (62 schede), emerge un giudizio generalmente positivo sull'esito dello stage; nel complesso le aziende/enti ospitanti nell'anno 2022 danno una valutazione delle/degli stagiste/i ottima (79,03%), buona (19,35%), discreta (1,61%), confermando l'andamento degli anni precedenti.
Le competenze in cui si possono individuare eventuali aree di miglioramento nell'ambito delle conoscenze possedute dalle studentesse e dagli studenti, riguardano le conoscenze teoriche e le conoscenze linguistiche (in entrambi i casi, 1 persona ottiene un giudizio "sufficiente" e 6 "discreto", rispetto ai restanti buono e ottimo) e le conoscenze informatiche (5 persone riscuotono al riguardo un giudizio discreto, rispetto ad un generalizzato buono/ottimo). In tutte le aree relative alle "competenze" la somma delle valutazioni ottime e buone supera l'88,71%.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Dati sugli stage 2023: caratteristiche aziende/enti e esiti questionario di valutazione compilato da aziende/enti ospitanti (inclusi questionari)

QUADRO D1 | Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

14/03/2024

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: STRUTTURA ORGANIZZATIVA E RESPONSABILITA' ATENEO

QUADRO D2 | Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

30/05/2024

La politica di Assicurazione Qualità (AQ) di CPO è attuata in accordo con il Piano Strategico di Ateneo e la Politica per la Qualità di Ateneo e 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, per conseguire obiettivi relativi al sistema di AQ di Ateneo.

Gli organi della AQ della didattica del corso di studio si occupano del monitoraggio e dell'assicurazione della qualità del CdS, della verifica della corretta compilazione della SUA-CDS e del coordinamento di tutte le azioni preventive e correttive necessarie a garantire la qualità del CdS; inoltre si occupano della gestione di segnalazioni e reclami provenienti dalla componente studentesca e dalle/dai docenti e della predisposizione di interventi di miglioramento continuo della gestione del corso di studio e della didattica.
La partecipazione attiva ai processi di AQ del CdS da parte di studentesse e studenti, sia negli organi dove previsti (Consiglio di Dipartimento, Consiglio di Scuola, CPDS), sia come membri del GdR in cui sono nominati, assicura il miglioramento continuo del CdS mediante un confronto aperto e costruttivo.

Gli organi della AQ del CdS sono:
- Referente del CdS: nominata/o con delibera di Dipartimento su proposta della Scuola, è responsabile del buon funzionamento del singolo CdS; in coordinamento con la/il Presidente della Scuola e con il supporto tecnico-amministrativo del personale TA dell'Ufficio Supporto alla didattica e management-Scuola di Scienze della Comunicazione, si occupa: a) della gestione del CdS; b) della compilazione e aggiornamento della Scheda Unica Annuale del Corso di Studio (scadenze di giugno, settembre, febbraio); c) di analizzare le opinioni delle studentesse e degli studenti relative al CdS; d) di analizzare gli indicatori della Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) con relativo commento; e) di analizzare l'andamento del CdS attraverso la redazione del Rapporto di Riesame Ciclico (RRC). È componente obbligatorio del Gruppo di Riesame (GdR) del CdS e lo coordina.

- Gruppo di Riesame (GdR) del CdS: nominato con Delibera n. 96/2024 del Consiglio del DISCUI del 16 aprile 2024 su proposta della Scuola, è coordinato dalla/dal Referente del CdS ed è costituito come segue:
- prof.ssa Gea Ducci, referente del CdS e responsabile del gruppo;
- prof.ssa Laura Gemini
- prof. Dominic Holdaway
- dott.ssa Elisabetta Zurovac
- dott.ssa Giulia Raimondi, personale TA dell'Ufficio Supporto alla didattica e management-Scuola di Scienze della Comunicazione
- dott.ssa Annarita Cecere (studentessa del CdS).

È costituita inoltre una Commissione Paritetica Docenti Studenti (CPDS) del DISCUI, che svolge attività di valutazione, consultazione e controllo sulle attività didattiche e di servizio alle studentesse e agli studenti; è costituita da una rappresentanza paritetica di docenti, designate/i dal Consiglio di Dipartimento su proposta della Scuola, e di studentesse e studenti elette/i.
La CPDS DISCUI, nominata con Decreto del Direttore del DISCUI n.33/2024 del 5 marzo 2024, risulta composta come segue:
- prof. Giuseppe Ghini, PO per il SSD L-LIN/21, Scuola di Lingue e Letterature Straniere – Coordinatore;
- dott.ssa Ilaria Curina, RTD per il SSD SECS-P/08 – Scuola di Lingue e Letterature Straniere;
- prof.ssa Stefania Antonioni, PA per il SSD L-ART/06 – Scuola di Scienze della Comunicazione;
- prof. Francesco Sacchetti, PA per il SSD SPS/07 – Scuola di Scienze della Comunicazione;
- sig. Davide Cencini, rappresentante studentesse e studenti nella Scuola di Lingue e Letterature Straniere per il CdS triennale L-11 Lingue e Culture Moderne e per i corsi di laurea a esaurimento a esso collegati;
- dott.ssa Benedetta Ianora, rappresentante studentesse e studenti nella Scuola di Lingue e Letterature Straniere per il CdS magistrale LM-37 Lingue Moderne e Interculturalità e per i corsi di laurea a esaurimento a esso collegati;
- sig.ra Alice Martina Coniglione, rappresentante studentesse e studenti nella Scuola di Scienze della Comunicazione per il CdS triennale L-20 Informazione Media Pubblicità e per i corsi di laurea a esaurimento a esso collegati;
- dott. Nicolas Bartolomei, rappresentante studentesse e studenti nella Scuola di Scienze della Comunicazione per il CdS magistrale LM-59 Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni e per i corsi di laurea a esaurimento a esso collegati.

Infine è costituito un Comitato di indirizzo del CdS, nominato con Delibera n. 356/2023 del Consiglio del Dipartimento DISCUI dell'11 dicembre 2023, che si occupa di assicurare un'analisi delle esigenze e delle potenzialità di sviluppo dei settori di riferimento, consultando sistematicamente le principali parti interessate, sia direttamente, sia attraverso l'utilizzo di studi di settore.
Attualmente è composto da:
per la componente docente
- prof.ssa Gea Ducci, PA per il SSD SPS/08 e referente del CdS;
- prof. Dominic F.G. Holdaway, PA per il SSD L-ART/06;
per la componente stakeholder
- prof. Manolo Farci, PA per il SSD SPS/08 e componente del Collegio docenti del Dottorato di ricerca in Studi umanistici;
- Funzionario area comunicazione di Confindustria Pesaro-Urbino, o sua/o delegata/o;
- Digital Communication and Content Manager di Clementoni, o sua/o delegata/o;
- Direttore organizzativo Fondazione Pesaro Nuovo Cinema Onlus, o sua/o delegata/o;
- Presidente PA Social, o sua/o delegata/o;
- Presidente di Fondazione Pubblicità Progresso, o sua/o delegata/o;
- Presidente del Coordinamento Nazionale Marketing Sociale, o sua/o delegata/o;
- Presidente dell'Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale, o sua/o delegata/o;
- Amministratore unico di Iabicus s.r.l., o sua/o delegata/o;
- Collaboratore esterno comunicazione FanoJazzNetwork, o sua/o delegata/o;
- Direttore dell'Associazione Marchigiana Attività Teatrali (AMAT), o sua/o delegata/o;
- Presidente dell'Art Director Club Italiano (ADCI), o sua/o delegata/o;
- Presidente Koinètica, o sua/o delegata/o;
- laureata/o nel CdS magistrale LM-59;
per la componente del PTA
- personale TA dell'Ufficio Supporto alla didattica e management-Scuola di Scienze della Comunicazione.

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Assicurazione Qualità della Didattica
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/assicurazione-qualita-della-didattica

QUADRO D3 | Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

27/05/2024

Le principali attività dei diversi organi della AQ Didattica per quanto riguarda il CdS si riferiscono a:
- compilazione della scheda SUA-CdS nel rispetto delle scadenze ministeriali previste nei mesi di giugno, settembre e febbraio, a cura della/del referente del CdS con il supporto del PQA;
- redazione della Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) con commento agli indicatori nel mese di settembre-ottobre e redazione del Rapporto di Riesame Ciclico (RCC) su richiesta del PQA e/o in caso di modifiche ordinamentali, entro cinque anni dall'ultimo RRC, a cura della/del referente del CdS coadiuvata dal Gruppo di Riesame (GdR) del CdS;
- monitoraggio continuo e supporto all'attuazione delle azioni preventive, correttive e di miglioramento della qualità del CdS secondo quanto indicato nella Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA), nel Rapporto di Riesame Ciclico (RRC) e delle osservazioni emerse dalla Relazione annuale della CPDS del DISCUI a cura della/del referente del CdS e del Gruppo di Riesame (GdR) del CdS;
- presa in carico delle osservazioni e/o criticità relative al CdS emerse nella Relazione annuale della CPDS nel mese di marzo e individuazione, attuazione e monitoraggio delle azioni correttive, a cura della/del referente del CdS coadiuvata dal Gruppo di Riesame (GdR) del CdS;
- analisi degli esiti dei questionari OPIS nel mese di aprile-maggio, a cura della/del referente del CdS coadiuvata dal Gruppo di Riesame (GdR) del CdS;
- verifica della corretta compilazione delle schede degli insegnamenti e dell'adeguatezza delle informazioni relative ai programmi degli insegnamenti nei mesi di luglio, settembre e gennaio (se necessario, a seguito di attribuzione di incarichi di insegnamento per il secondo semestre), a cura della/del referente del CdS coadiuvata dal Gruppo di Riesame (GdR) del CdS;
- progettazione, eventuale revisione o riprogettazione dell'offerta formativa del CdS attraverso la consultazione delle parti interessate o studi di settore nei mesi di gennaio-febbraio, a cura della/del referente del CdS e del Comitato di indirizzo del CdS.

Tutte le attività del Gruppo di Riesame (GdR) del CdS, della CPDS e del Comitato di indirizzo del CdS sono svolte attraverso riunioni rendicontate da verbali.

Accanto a queste scadenze periodiche viene svolto un monitoraggio continuo delle criticità, unitamente alla raccolta di segnalazioni da parte dei diversi organi (referente del CdS, Gruppo di Riesame del CdS, CPDS).
Oltre alle segnalazioni raccolte dagli organi dei CdS, studentesse e studenti, docenti e PTA possono segnalare osservazioni, reclami e proposte di miglioramento sul corso di studio mediante un apposito form online disponibile nella pagina web di CPO; tali segnalazioni sono prese in carico dalla Struttura responsabile per la gestione di osservazioni, reclami, proposte di miglioramento, composta dalla referente del CdS e dal personale TA della Scuola.

Descrizione link: Pagina web CdS LM-59 Assicurazione Qualità della Didattica
Link inserito: https://www.uniurb.it/corsi/1757174/assicurazione-qualita-della-didattica
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Documento di gestione CdS LM-59

QUADRO D4 | Riesame annuale

26/04/2024

Il Riesame annuale è stato sostituito dalla Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA), che costituisce parte della documentazione relativa all'attività di autovalutazione del CdS.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: SMA del CdS LM-59 con commento agli indicatori

QUADRO D5 | Progettazione del CdS

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

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

Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Nome del corso in italiano	Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni
Nome del corso in inglese	Advertising and Organizations Communication
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.uniurb.it/corsi/1757174
Tasse	https://www.uniurb.it/studiaconnoi/studenti/contributi
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Corsi interateneo

Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	DUCCI Gea
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione
Struttura didattica di riferimento	Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	BCCGNN67D18A944Z	BOCCIA ARTIERI	Giovanni	SPS/08	14/C2	PO	1	
2.	DCCGEA68H57I459E	DUCCI	Gea	SPS/08	14/C2	PA	1	
3.	GMNLRA67A63H294C	GEMINI	Laura	SPS/08	14/C2	PO	1	
4.	GGLFBA74C24A662P	GIGLIETTO	Fabio	SPS/08	14/C2	PA	1	
5.	SCCFNC78T15C573Y	SACCHETTI	Francesco	SPS/07	14/C1	PA	1	
6.	ZRVLBT87L65A271L	ZUROVAC	Elisabetta	SPS/08	14/C	RD	1	

✔ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Comunicazione e Pubblicità per le Organizzazioni

Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
MASCIOLI	Gianluca	g.mascioli2@campus.uniurb.it	

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
CECERE	Annarita
DUCCI	Gea
GEMINI	Laura
HOLDAWAY	Dominic
RAIMONDI	Giulia
ZUROVAC	Elisabetta

Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
ZUROVAC	Elisabetta		Docente di ruolo
CECERE	Annarita	a.cecere2@campus.uniurb.it	Tutor previsti dal regolamento ateneo
CASTRONOVO	Riccardo	r.castronovo@campus.uniurb.it	Tutor previsti dal regolamento ateneo
GIGLIETTO	Fabio		Docente di ruolo

Programmazione degli accessi

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

Sedi del Corso

Sede del corso:Via Saffi, 15 - 61029 - URBINO	
Data di inizio dell'attività didattica	23/09/2024
Studenti previsti	115

Eventuali Curriculum

Non sono previsti curricula

Sede di riferimento Docenti,Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
SACCHETTI	Francesco	SCCFNC78T15C573Y	URBINO
DUCCI	Gea	DCCGEA68H57I459E	URBINO
ZUROVAC	Elisabetta	ZRVLBT87L65A271L	URBINO
GEMINI	Laura	GMNLRA67A63H294C	URBINO
GIGLIETTO	Fabio	GGLFBA74C24A662P	URBINO
BOCCIA ARTIERI	Giovanni	BCCGNN67D18A944Z	URBINO

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
Figure specialistiche del settore non indicate		

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
ZUROVAC	Elisabetta	URBINO
CECERE	Annarita	URBINO
CASTRONOVO	Riccardo	URBINO
GIGLIETTO	Fabio	URBINO

Altre Informazioni

Codice interno all'ateneo del corso	6011^PDS0-2014^1
Massimo numero di crediti riconoscibili	**12** *DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011*

Date delibere di riferimento

Data di approvazione della struttura didattica	18/10/2022
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	25/11/2022
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	18/03/2022 - 31/01/2023
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Le modifiche proposte non comportano cambiamenti radicali dell'offerta formativa e sono adeguatamente motivate nella prospettiva del miglioramento dei Corsi di Studio. Per quanto di sua competenza, dunque, il Nucleo le valuta positivamente e conferma la valutazione già attribuita a suo tempo a ognuno dei corsi.

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno ***SOLO per i corsi di nuova istituzione****. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accreditamento iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*
Linee guida ANVUR

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obbiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

Le modifiche proposte non comportano cambiamenti radicali dell'offerta formativa e sono adeguatamente motivate nella prospettiva del miglioramento dei Corsi di Studio. Per quanto di sua competenza, dunque, il Nucleo le valuta positivamente e conferma la valutazione già attribuita a suo tempo a ognuno dei corsi.

Link inserito: http://

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2024	632401271	**COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Giovanni BOCCIA ARTIERI CV *Professore Ordinario*	SPS/08	54
2	2023	632401051	**COMUNICAZIONE SOCIALE E ISTITUZIONALE** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Gea DUCCI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/08	48
3	2024	632401272	**COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO** *semestrale*	SPS/07	**Docente di riferimento** Francesco SACCHETTI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/07	36
4	2023	632401052	**GLOBAL AUDIOVISUAL MEDIA INDUSTRIES** *semestrale*	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Dominic Francis Graham HOLDAWAY CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-ART/06	36
5	2023	632401053	**LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ)** *semestrale*	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Elizabeth Anne FERGUSON CV		36
6	2024	632401273	**LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA** *semestrale*	SPS/08	Guido CAPANNA PISCE' CV		36
7	2023	632401054	**LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA** *semestrale*	SPS/08	Marco LIVI CV		36
8	2024	632401274	**LABORATORIO DI CREAZIONE CONTENUTI PER I SOCIAL MEDIA** *semestrale*	SPS/08	Stefano BRILLI CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)*	SPS/08	36
9	2024	632401275	**LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA** *semestrale*	ICAR/13	Jonathan PIERINI CV		36
10	2024	632401276	**LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA** *semestrale*	SPS/08	Alessio TORINO CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-FIL-LET/04	36

11	2023	632401055	**LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Elisabetta ZUROVAC CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)*	SPS/08	36
12	2024	632401277	**LABORATORIO DI WEB MARKETING** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Fabio GIGLIETTO CV *Professore Associato (L. 240/10)*	SPS/08	36
13	2024	632401270	**LINGUAGGI ARTISTICI** *semestrale*	L-ART/02	Anna Maria AMBROSINI MASSARI CV *Professore Ordinario (L. 240/10)*	L-ART/02	36
14	2024	632401278	**LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE** *semestrale*	L-ART/06	Stefania ANTONIONI CV *Professore Associato (L. 240/10)*	L-ART/06	54
15	2023	632401057	**MARKETING DELLA CULTURA E DEL TERRITORIO** *semestrale*	SECS-P/08	Riccardo SILVI CV		36
16	2024	632401279	**MARKETING STRATEGICO** *semestrale*	SECS-P/08	Mauro DINI CV		36
17	2024	632401280	**PSICOLOGIA DEI CONSUMI** *semestrale*	M-PSI/05	Michela SARLO CV *Professore Associato (L. 240/10)*	M-PSI/02	36
18	2024	632401281	**SOCIOLOGIA DEI CONSUMI** *semestrale*	SPS/08	Lorenzo GIANNINI CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)*	SPS/08	54
19	2024	632401282	**SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI** *semestrale*	SPS/08	**Docente di riferimento** Laura GEMINI CV *Professore Ordinario (L. 240/10)*	SPS/08	54
20	2024	632401283	**STORIA VISUALE** *semestrale*	M-STO/04	Barbara MONTESI CV *Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)*	M-STO/04	36
21	2023	632401061	**STRATEGIE DI SVILUPPO E GESTIONE DELLA MARCA** *semestrale*	SECS-P/08	Marco Carlo PARESCHI CV		36
						ore totali	840

	coorte	CUIN	insegnamento mutuato	settori insegnamento	docente	corso da cui mutua l'insegnamento
22	2024	632401641	**INTERNET MARKETING**	SECS-P/08	Marco CIOPPI *Professore Ordinario (L. 240/10)*	LINGUE MODERNE E INTERCULTURALITA' (LM-37)
23	2024	632401498	**POLITICA E SOCIETÀ GLOBALE**	SPS/04	Luigino CECCARINI *Professore Ordinario (L. 240/10)*	POLITICA SOCIETA' ECONOMIA INTERNAZIONALI (LM-62)
24	2024	632401486	**SCIENZA DELLA POLITICA - CORSO AVANZATO**	SPS/04	Fabio BORDIGNON *Professore Associato (L. 240/10)*	POLITICA SOCIETA' ECONOMIA INTERNAZIONALI (LM-62)
25	2023	632401016	**SOCIOLOGIA DEL TURISMO**	SPS/08	Tiziana Maria MIGLIORE *Professore Associato (L. 240/10)*	LINGUE E CULTURE MODERNE (L-11)

Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese *LABORATORIO DI BRAND IDENTITY (2 anno) - 6 CFU - semestrale* *LABORATORIO DI MARKETING TERRITORIALE (2 anno) - 6 CFU - semestrale* SPS/07 Sociologia generale *COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl* SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi *COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA E LINGUAGGI DIGITALI (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl* *COMUNICAZIONE PUBBLICA STRATEGICA (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl* *LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA (2 anno) - 6 CFU - semestrale* *LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA STRATEGY (2 anno) - 6 CFU - semestrale*	47	40	32 - 44
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	ICAR/13 Disegno industriale *LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA (1 anno) - 6 CFU - semestrale* SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi *LABORATORIO DI WEB MARKETING (1 anno) - 6 CFU - semestrale* *SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl* *SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl*	30	22	18 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			62	54 - 68

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	L-ART/02 Storia dell'arte moderna ↳ *LINGUAGGI ARTISTICI (1 anno) - 6 CFU - semestrale* L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione ↳ *LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl* M-PSI/05 Psicologia sociale ↳ *PSICOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 6 CFU - semestrale* M-STO/04 Storia contemporanea ↳ *STORIA VISUALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale* SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ *MARKETING STRATEGICO (1 anno) - 6 CFU - semestrale* SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ *LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale* ↳ *LABORATORIO DI CREAZIONE CONTENUTI PER I SOCIAL MEDIA (1 anno) - 6 CFU - semestrale* ↳ *LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA (1 anno) - 6 CFU - semestrale*	51	12	12 - 20 min 12
Totale attività Affini			12	12 - 20

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		20	20 - 20
Ulteriori attività formative	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	6 - 6

(art. 10, comma 5, lettera d)	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	8	8 - 8
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		46	46 - 46

CFU totali per il conseguimento del titolo	**120**	
CFU totali inseriti	120	112 - 134

Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori

Attività caratterizzanti

RaD

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico IUS/10 Diritto amministrativo SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/09 Finanza aziendale SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/05 Statistica sociale 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	32	44	30
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	ICAR/13 Disegno industriale ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	24	18

Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:	54

Totale Attività Caratterizzanti	54 - 68

Attività affini

RaD

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	12	20	12

Totale Attività Affini	12 - 20

Altre attività

RaD

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		20	20
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	8	8
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	46 - 46

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	**120**
Range CFU totali del corso	112 - 134

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Note relative alle attività di base

Note relative alle altre attività

A completamento del percorso formativo, il Corso di Studio prevede l’acquisizione di avanzate competenze linguistiche, con terminologia specifica di settore, per la lingua inglese. Prevede, inoltre, lo svolgimento di uno stage curriculare obbligatorio pertinente con le aree disciplinari previste, inteso come attività formativa di collegamento con il mondo del lavoro.