



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di MACERATA
Nome del corso in italiano	Comunicazione e culture digitali (<i>IdSua:1599806</i>)
Nome del corso in inglese	Communication and digital cultures
Classe	LM-19 - Informazione e sistemi editoriali
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://spocri.unimc.it/it
Tasse	https://www.unimc.it/it/iscrizione-e-carriera/tasse-contributi/come-quando-pagare
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	BERTOLAZZI Alessia
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio delle Classi Unificate in Scienze della Comunicazione L20 e Comunicazione e culture digitali LM19
Struttura didattica di riferimento	Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CALZOLAIO	Simone		PA	1	

2.	GIOVANOLA	Benedetta	PO	1
3.	MANCINO	Anton Giulio	PA	1
4.	PAOLANTI	Marina	RD	1
5.	PRETAROLI	Rosita	PA	1
6.	TIRIBELLI	Simona	RD	1

Rappresentanti Studenti	TORREGROSSA CARLO c.torregrossa@studenti.unimc.it
Gruppo di gestione AQ	ALESSIA BERTOLAZZI SIMONE CALZOLAIO ROBERTA CATENA BENEDETTA GIOVANOLA MARINA PAOLANTI SIMONA TIRIBELLI CARLO TORREGROSSA
Tutor	Rosita PRETAROLI Benedetta GIOVANOLA Simone CALZOLAIO Simona TIRIBELLI Marina PAOLANTI



Il Corso di Studio in breve

26/04/2024

Il Corso di studio magistrale in Comunicazione e culture digitali permette di acquisire competenze avanzate per svolgere ruoli gestionali e di responsabilità nelle professioni del settore dell'informazione e della comunicazione, in ambito pubblico e privato, nelle industrie culturali, editoriali, pubblicitarie e creative, nonché nel mondo imprenditoriale. Le conoscenze e le competenze fornite consentono ai laureati di utilizzare le tecnologie informatiche e dell'intelligenza artificiale, nonché produrre contenuti multimediali per la gestione dei processi e dei flussi comunicativi interni ed esterni ad enti, istituzioni e imprese.

Inoltre, il profilo culturale e professionale dei laureati è fondato sulla conoscenza delle risorse espressive della lingua italiana e delle lingue straniere e sull'acquisizione di competenze trasversali di tipo semiologico, economico, sociologico, psicologico, giuridico e linguistico-letterario, indispensabili per le professioni nel campo dell'informazione e comunicazione digitale.

In particolare, ambiti tematici e disciplinari caratterizzanti il corso di studio riguardano la comunicazione digitale pubblica e d'impresa, il social media marketing, lo storytelling e la definizione dell'immagine aziendale, l'etnografia digitale, la psicologia ed etica dei media digitali, l'informatica multimediale e intelligenza artificiale e la gestione della privacy nel campo delle tecnologie digitali.

Il corso prevede sia un tirocinio curriculare obbligatorio, sia laboratori specifici, che hanno lo scopo di trasmettere agli studenti competenze professionalizzanti, funzionali all'acquisizione di abilità pratiche e all'inserimento nel mondo del lavoro. Gli studenti hanno la possibilità di svolgere periodi di studio all'estero, attraverso il programma Erasmus+, scegliendo tra numerosi accordi di scambio con università straniere.

I Laureati in Comunicazione e culture digitali possono trovare occupazione nei vari comparti della comunicazione aziendale, della comunicazione pubblica, delle pubbliche relazioni, dell'editoria, dell'organizzazione di eventi, delle agenzie

di stampa e pubblicitarie. I profili professionali che il Corso mira a formare sono, tra gli altri, figure esperte in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa, responsabili dell'ufficio stampa, responsabili dell'ufficio relazioni con il pubblico, consulenti di immagine, copywriters, redattori di testi pubblicitari, brand storytellers.

Link: http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/corsi-di-studio



QUADRO A1.a

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

22/01/2021

Come previsto dalla normativa universitaria vigente su richiesta del Presidente del Corso di studi, prof. Andrea Rondini, e della vicedirettrice del Dipartimento di Scienze politiche, della comunicazione e delle relazioni internazionali, prof. Barbara Pojaghi, è stata convocata una riunione con le organizzazioni rappresentative del mondo del lavoro. In questa occasione è stata presentata la proposta di modifica della Classe di laurea e sono state esplicitate le motivazioni di tale scelta. I presenti hanno condiviso e considerato innovativa la scelta del Corso di studi e si sono dichiarati favorevoli a questo cambiamento, anche tenendo conto della maggiore aderenza ai molteplici aspetti della comunicazione. Si allega il verbale della riunione.

Oltre all'incontro citato, il rapporto con i portatori d'interesse del mondo del lavoro si è sviluppato nel tempo attraverso singole consultazioni e scambi di informazioni tra partner che da tempo attuano forme di collaborazione con l'Ateneo di Macerata.

Ne sono prova le numerose convenzioni con le imprese e le istituzioni del territorio su tirocini formativi in editoria e comunicazione multimediale; i corsi di aggiornamento nell'ambito della comunicazione pubblica, in particolare attraverso i new media (in collaborazione con la Camera di Commercio di Macerata e l'INPS Marche) ed infine il consolidato accordo di collaborazione con la Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti (TP), grazie al quale sono stati attivati laboratori formativi e pratici in materia di comunicazione e tecniche pubblicitarie.

Inoltre, con PEC del 19 maggio 2015, sono state consultate le seguenti imprese e istituzioni: Comune di Macerata, Comune di Osimo, Camera di Commercio di Macerata, INPS Marche, Semplicissimus Book Farm, Multilingue, Myda eventi, Emmaus redazione, SKY 24, Associazione Arena Sferisterio, per determinare e affinare l'offerta formativa sulla base della richiesta del mercato del lavoro.

In particolare, l'insieme delle risposte delle organizzazioni consultate, pervenute con PEC del 20 e 21 maggio 2015, mostrano una serie di esigenze eterogenee che tuttavia trovano il loro denominatore comune nella necessità di valersi di personale che conosca le dinamiche della comunicazione digitale e che, pertanto, a partire da questa base sia in grado di poter accedere ad una formazione professionalizzante da parte delle singole imprese.

Il parere delle organizzazioni in merito agli obiettivi del percorso di studi in Scienze della Comunicazione è stato determinante nella scelta della nuova classe delle lauree. In particolare, come si evince dalle risposte delle stesse organizzazioni, la classe magistrale può colmare il bisogno di personale con competenze nelle tecniche e nelle metodologie innovative del sistema dell'informazione.

Dal punto di vista dei contenuti lo scambio costante di informazioni con le organizzazioni ha permesso di formulare un ordinamento didattico che contempla la multidisciplinarietà della domanda di formazione. Trovano risposta sia le esigenze delle imprese relativamente alla produzione e gestione delle risorse digitali multimediali, con rispetto degli standard tecnici, informativi e gestionali e in particolare alla comunicazione digitale (progettazione dei sistemi multimediali, sociologia della comunicazione delle nuove organizzazioni a rete, i nuovi strumenti di marketing digitali, piattaforme e social media) (cfr. scheda SUA, discipline caratterizzanti l'offerta formativa della nuova LM-19); sia le esigenze delle istituzioni relativamente alla Comunicazione pubblica in Italia e in Europa, all'open government e l'e-government attraverso l'uso delle nuove tecnologie nella Pubblica Amministrazione (cfr. scheda SUA, discipline caratterizzanti l'offerta formativa della nuova LM-19).

Successivamente alla istituzione del Corso di Studio sono state consultate le parti sociali su base annuale, variando, di volta in volta, la tipologia e la portata degli stakeholder coinvolti per poter avere dei riscontri ad ampio raggio sulla bontà dell'offerta formativa erogata in base alle mutevoli esigenze del mercato del lavoro. Nello specifico, per stabilire un contatto sempre attivo con le parti interessate è stato costituito un Comitato d'Indirizzo nel 2017 che è stato poi rinnovato

nella sua composizione nel 2020. Fanno parte del Comitato d'Indirizzo alcuni docenti del CdS (referenti scheda sua, delegato al placement e presidente del CdS), i rappresentanti degli studenti e alcuni esponenti del mondo del lavoro, coerenti con i profili culturali in uscita.

I rappresentanti delle professioni hanno ritenuto adeguati la denominazione del corso e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso intende formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro hanno suggerito di continuare ad investire nell'offerta laboratoriale (in particolare rafforzando l'offerta in ambito informatico e dell'intelligenza artificiale). Inoltre, hanno apprezzato la revisione dell'offerta formativa effettuata dai docenti del CdS attraverso la revisione delle denominazioni e dei contenuti degli insegnamenti a partire dall'a.a. 2020/21 suggerendo di trasformare il laboratorio in 'digital ethnography' (a scelta dello studente) in un insegnamento stabilmente collocato nell'offerta formativa in modo da dare agli studenti degli strumenti utili all'analisi delle conversazioni sulla rete. Competenza rilevante per renderli maggiormente in linea con le sfide che la comunicazione digitale pone. Tale suggerimento è stato ritenuto importante e accolto dal CdS che ha intrapreso una modifica ordinamentale per poter assecondare la richiesta.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.b

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

30/05/2024

Per garantire il costante aggiornamento del progetto formativo e dei profili professionali in uscita, il CDS in Comunicazione e Culture Digitali implementa due differenti azioni:

a) consultazione continua degli attori rappresentativi delle principali funzioni socio economiche del territorio di riferimento. L'azione di consultazione viene sviluppata con l'obiettivo di rendere maggiormente sistematico e più frequente il confronto con le parti sociali, per una riprogettazione permanente del Corso di Studi, in linea con i cambiamenti del settore dei media e della comunicazione digitale al quale questo CDS si rivolge;

b) analisi documentale da parte del Comitato di Indirizzo sull'efficacia del progetto formativo e sui profili culturali in uscita, finalizzata a: valutare la coerenza fra i profili culturali in uscita e la propria offerta formativa, anche in confronto con l'offerta formativa erogata a livello regionale e nazionale nella medesima classe; approfondire e fornire elementi in merito alle effettive potenzialità occupazionali dei laureati del CdS.

In particolare, sono state intraprese le iniziative elencate di seguito, suddivise per anno accademico (per approfondimenti, si rimanda al file allegato 'Verbali e documenti consultazioni LM-19').

Anno accademico 2015-2016

Il CdS, tramite i proff. Bertolazzi, Pojaghi, Gistri, Bongelli, D'Ambrosi e Cegolon, ha formulato un'intervista semi-strutturata, composta sia da domande aperte sia chiuse valutabili attraverso un punteggio da 1 a 7, che è stata somministrata a partire dal mese di ottobre del 2015 (con successivi reminder), attraverso il sistema Survey online di Ateneo, ad un insieme di stakeholder al fine raccogliere le opinioni in merito alla rispondenza dell'offerta formativa del CdS LM-19 alle esigenze del mondo del lavoro. Gli stakeholder sono stati scelti garantendo la rappresentatività della varietà dei settori produttivi e del territorio di riferimento (regionale, nazionale e sovranazionale). Il gruppo selezionato comprende una pluralità di soggetti (enti pubblici, associazioni, organizzazioni no-profit e aziende private), operanti in settori diversificati. Gli stakeholder rispondenti sono stati: Pfizer S.r.l. (<http://www.pfizer.it/>), impresa multinazionale che opera nel settore farmaceutico; Fondazione Banco Alimentare ONlus (<http://www.bancoalimentare.it/>) organizzazione senza fini di lucro che opera a livello nazionale nel recupero delle eccedenze alimentari e nella loro redistribuzione a strutture caritative che poi le recapitano alle persone bisognose presenti sul territorio; ANUSCA (Associazione Nazionale Ufficiali di Stato Civile e Anagrafe - <http://www.anusca.it/>), che si occupa di formazione e aggiornamento professionale degli operatori dei servizi demografici; Pil associati srl e Pilcomsrl (<http://www.pilassociati.it/>) agenzia di comunicazione che si occupa di grafica, web, social, pubbliche relazioni; Comune di Macerata (<http://www.comune.macerata.it>) in veste di amministrazione pubblica,

Associazione Arena Sferisterio (<http://www.sferisterio.it/>) in qualità di associazione culturale che si occupa dell'organizzazione e promozione di festival, stagione lirica e altre manifestazioni artistiche e culturali, ElicosSrl (<http://www.elicos.it/en/chi-siamo>) impresa che opera nel campo dell'informatica e della comunicazione digitale. I rispondenti svolgono la loro attività su scale territoriali differenziate (internazionale, nazionale, locale). In particolare, il primo soggetto è una multinazionale; il secondo e terzo operano senz'altro a livello nazionale; gli altri svolgono attività in ambito interregionale, regionale o locale.

La valutazione espressa dagli intervistati sul CdS è positiva. Tra i punti di forza emerge la pertinenza degli insegnamenti con gli obiettivi del corso. Gli intervistati valutano positivamente alcune materie in ambito storico-giuridico, diritto di Internet e comunicazione pubblica. Tra i punti da sottoporre ad attenzione e riflessione da parte del CdS, vi sono la necessità di aumentare maggiormente le attività pratiche e il potenziamento degli insegnamenti nell'area informatica, linguistica, economica aziendale e di produzione audiovisiva. La metà dei rispondenti ritiene di sottolineare un apprezzamento positivo per l'offerta formativa del CdS, mentre l'altra metà evidenzia l'esigenza di potenziare il rapporto con le aziende durante il percorso formativo degli studenti.

I risultati dell'intervista semi-strutturata, discussi nel CCU del 4 maggio 2016, costituiscono un punto di partenza da implementare sia in termini longitudinali (ripetere la consultazione nel corso del tempo) che in un'ottica integrativa con altre forme di consultazione (analisi di dati primari e secondari). In particolare il CdS, in relazione ai risultati dell'intervista semi-strutturata ha individuato le seguenti azioni: l'allargamento della lista degli stakeholder per settore e per riferimento geografico; rendere stabile e continuativa l'indagine survey; integrare questo tipo di consultazione con una consultazione delle parti sociali da svolgersi in presenza sotto forma di tavola rotonda. Durante il CCU del 4 maggio 2016, si programma l'organizzazione di incontri tematici dedicati alle professioni della comunicazione nei quali sono invitati gli stakeholder di riferimento per il CdS per discutere dell'offerta formativa.

Anno accademico 2016/2017

Si è svolto un incontro con gli stakeholder il 16 dicembre 2016, per una consultazione sul progetto formativo per l'a.a. 2016/ 2017, coordinato dalla prof.ssa Bongelli, responsabile del rapporto con le parti sociali (CCU del 21 settembre 2016), presso il Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle relazioni internazionali. Nel dettaglio, alle ore 15,30, si è tenuto l'incontro di consultazione tra i rappresentanti del CDS e i rappresentanti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento. A seguire si è tenuta una Tavola Rotonda dal titolo 'Le professioni della comunicazione'. Evoluzione e digitalizzazione'.

Nei mesi precedenti (ottobre/novembre 2016) il CDS ha dato mandato ai propri docenti (Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Giacomo Gistri, Rosita Pretaroli) di individuare gli attori di rilevanza nazionale e internazionale con cui erano in corso attività formative, di ricerca o di consulenza interessate e/o operanti nel settore della comunicazione pubblica e/o privata. Gli stakeholder intervenuti alla riunione sono: l'agenzia di comunicazione indipendente Pii Associati; Elica spa; CNA di Macerata, Fondazione banco alimentare ONLUS tramite il digital strategist, Regione Marche tramite il proprio funzionario incaricato per il Progetto Agenda Digitale regionale. Ai presenti, nei mesi precedenti, è stato distribuito un insieme di informazioni preliminari per preparare la discussione in presenza: il piano di studio del CdS in Comunicazione e Culture Digitali, il link alla scheda SUA contenente le indicazioni dettagliate del CdS, il questionario utilizzato per le consultazioni a distanza secondo le linee guida del PQA di questo Ateneo.

Gli esiti della consultazione in presenza sono stati verbalizzati e approvati in CCU nella seduta del 1 febbraio 2017. I temi di discussione della consultazione sono: la denominazione del CdS, gli obiettivi formativi del CDS, le figure professionali e gli sbocchi previsti, i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative che sono stati tutti positivamente valutati dalle organizzazioni rappresentative.

In particolare:

-gli obiettivi formativi sono stati valutati congruenti da parte di tutti i rappresentanti del mondo del lavoro con l'offerta formativa proposta dal CDS, ben strutturata e completa, e appropriati alle richieste del mercato del lavoro, vista la sua declinazione digitale, ritenuta oggi di fondamentale importanza, nei settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit;

-le figure professionali previste dal CDS ed indicate nella scheda SUA risultano adeguate rispetto all'offerta formativa del CDS e alle richieste del mercato del lavoro.

Dal colloquio in presenza è emerso che le parti sociali consultate ritengono un punto di forza di questo CDS l'importanza rivolta alla formazione di competenze specifiche nel campo del social media marketing, della digitalizzazione degli enti pubblici, della gestione della privacy, della realizzazione di prodotti audiovisivi, sia attraverso gli insegnamenti che attraverso i laboratori professionalizzanti i cui obiettivi mirano specificamente proprio all'acquisizione di suddette competenze. Oltre all'apprezzamento espresso nei confronti delle attività laboratoriali, gli stakeholder hanno espresso una positiva valutazione anche per quanto concerne l'obbligatorietà dell'attività di stage.

Inoltre, il confronto con le parti sociali non ha fatto emergere particolari criticità in merito all'offerta formativa proposta. Gli stakeholder suggeriscono di continuare nella direzione già intrapresa dal CDS, anche attraverso una continua collaborazione con imprese e associazioni, aumentando le occasioni di incontro per creare dei casi di studio da analizzare in aula.

Al fine di rendere maggiormente proficua la consultazione con le parti sociali, all'incontro con i docenti del CdS ha fatto seguito una Tavola rotonda dal titolo 'Le professioni della comunicazione. Evoluzione e digitalizzazione', durante la quale gli stakeholder hanno descritto l'evoluzione ed i mutamenti che hanno coinvolto il settore della comunicazione negli ultimi anni, a partire dalla propria esperienza d'impresa, associativa, istituzionale. In tale contesto, docenti e studenti hanno potuto confrontarsi e porre domande inerenti ai temi di discussione a partire dalle dinamiche lavorative esposte dagli stakeholder.

Anno accademico 2017/2018

All'interno del CCU (rispettivamente nelle sedute del 01/02/2017 e 14/03/2017) e durante una prima riunione (tenutasi il 12/04/2017, i cui esiti sono stati discussi nelle successive sedute del CCU), è stata discussa l'istituzione del comitato di indirizzo e le attività da intraprendere. Alla riunione hanno partecipato i docenti responsabili per la creazione del comitato (prof.ssa Ramona Bongelli, prof.ssa Rosita Pretaroli, prof.ssa Alessia Bertolazzi, prof. Andrea Cegolon, prof. Giacomo Gistri, prof. Simone Calzolaio), che si sono confrontati sul modello da seguire e, in particolare, sulle associazioni di categoria da coinvolgere, nonché sulle attività che il comitato dovrà svolgere.

Inoltre, durante l'AA 2017/2018, il CDS ha dato continuità all'azione intrapresa dalla sua istituzione riguardo alla consultazione continua degli stakeholder del territorio di riferimento.

In particolare, il CDS ha lavorato rispettivamente su tre livelli:

a) l'aggiornamento e l'allargamento del gruppo degli attori rappresentativi delle principali funzioni socio economiche e la consultazione indiretta delle parti sociali. Questa attività, coordinata dalla prof.ssa Bongelli (coordinatrice del gruppo di lavoro stakeholder), è stata svolta dai docenti del CDS in relazione alla necessità di rendere più ampio e variegato il gruppo di attori di riferimento con i quali il CDS confronta i propri piani formativi, in particolare in riferimento al territorio nazionale e internazionale. Questa attività ha permesso di implementare ulteriormente il database degli stakeholder di riferimento. In conseguenza di questa attività, nel corso del 2017, si è svolta un'indagine telematica rivolta a tutto il nuovo database delle parti sociali. Questo tipo di consultazione indiretta è stata effettuata attraverso il questionario di riferimento elaborato dal PQA di Ateneo e rielaborato dal gruppo di lavoro del CDS ed è stata volta in particolare ad evidenziare:

- le esigenze attese del mercato del lavoro in relazione ai futuri laureati del CDS LM-19;
- l'opinione sul piano di studio predisposto dal CDS in termini di sbocchi professionali e figure culturali.

L'indagine telematica, che ha previsto anche una fase intermedia di contatti telefonici, è iniziata il 5 giugno 2017 e si è conclusa il 10 novembre con un numero di rispondenti pari a 4 (cfr. Verbale del N 6, Adunanza del giorno 5 dicembre 2017).

b) organizzazione dell'incontro annuale in presenza con le parti sociali disponibili, di livello regionale, nazionale ed internazionale, programmato per il pomeriggio del 13 dicembre 2017 dal titolo 'Comunicare il benessere. Prospettive per le professioni della comunicazione'. Sono intervenuti all'incontro i rappresentanti della Multinazionale farmaceutica Pfizer, dell'Area Vasta 3 Macerata di ASUR MARCHE, dell'Agenzia Regionale Sanitaria della Regione Marche e dell'Associazione Culturale Pindaro. Tutte le parti sociali presenti sono state contattate dall'ufficio di coordinamento del CDS tramite e-mail in data 6 dicembre 2017. Oltre all'invito, le parti sociali hanno ricevuto: la scheda SUA; il link ad University e la presentazione in formato ppt utilizzata dalla prof.ssa Alessia Bertolazzi nelle giornate dell'orientamento del corso di studi. L'invio del materiale informativo è ritenuto un aspetto fondamentale dal CDS in quanto permette di entrare nel dettaglio dell'offerta formativa durante l'incontro in presenza, in particolare di discutere la coerenza del CDS rispetto alle esigenze della domanda di lavoro e di stimolare le parti sociali a indicare miglioramenti al CDS sulla predisposizione dell'offerta formativa. Nel corso dell'incontro, i docenti e la Direttrice del Dipartimento si sono confrontati con i rappresentanti delle professioni, rispetto alla chiarezza della denominazione del corso di studio, alla rispondenza delle figure professionali che il corso si propone di formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro e alle possibilità di impiego e alla coerenza tra i risultati di apprendimento previsti dal corso di studio e le competenze richieste dal mondo produttivo. In generale, le parti sociali hanno espresso apprezzamento per il corso di studio, segnalando l'importanza di inserire nel programma di studio anche le competenze trasversali (soft skills) e di ampliare l'offerta formativa con insegnamenti/laboratori che abbiano come focus la comunicazione socio-sanitaria o più in generale la comunicazione della salute. Inoltre, alcuni di essi hanno suggerito di potenziare le capacità progettuali e di pianificazione degli studenti, sollecitandoli (anche per mezzo di attività laboratoriali) alla ideazione, progettazione e consegna nel rispetto dei tempi di lavori prestabiliti e di potenziare le capacità di public speaking, prevedendo momenti di progettazione e di presentazione orale del progetto in classe. Tali aspetti sono stati discussi con i colleghi nei consigli di classe, perché tengano conto di questi suggerimenti al momento della

compilazione dei loro allegati C (cfr. Verbale N 2, Adunanza del giorno 7 marzo 2018);

c) organizzazione della Tavola rotonda fra docenti, parti sociali e studenti. Nel pomeriggio del 13 Dicembre, l'incontro con gli stakeholder è sfociato in una tavola rotonda tematica su 'Comunicare il benessere: Prospettive per le professioni della comunicazione'. La scelta dell'argomento è stata effettuata in base alla pertinenza delle professioni (dagli stessi rappresentati), da un lato, con il corso di studio e, dall'altro, con il tema individuato. La tavola rotonda è stata moderata da alcuni studenti del corso di laurea L-20 e LM-19. Durante tale incontro, gli studenti hanno avuto la possibilità di avere un confronto diretto con i rappresentanti del mondo del lavoro e rivolgere loro domande sulla pertinenza della loro attuale formazione rispetto alle figure professionali richieste dal mercato del lavoro. (Verbale N 2, Adunanza del giorno 7 marzo 2018).

Anno accademico 2018/2019

Il CCU ha sperimentato una modalità innovativa di consultazione degli stakeholder che vede il coinvolgimento attivo degli stessi attraverso la co-progettazione di attività formative all'interno dei singoli insegnamenti. Questa partecipazione ha dato luogo ad incontri sotto forma di seminari e attività laboratoriali co-condotte da stakeholder specialisti delle materie, riconosciuti in ambito nazionale, e dai docenti del Corso di Studi. Questo tipo di azione è finalizzata ad arricchire la procedura di consultazione degli stakeholder e creare un network di attori che lavorino, in modalità consultiva, attorno alla progettazione del Corso di Studi. Si è quindi provveduto ad organizzare singoli eventi, con la diretta partecipazione degli stakeholder, che potessero aiutare gli studenti ad individuare ed a dotarsi degli skills determinati per l'inserimento nel mondo del lavoro nell'ambito del settore della comunicazione:

Nello specifico, in data 11 ottobre 2018, nell'ambito del Festival OVERTIME 'Festival nazionale del racconto e dell'etica sportiva' si sono tenuti nel nostro Dipartimento due seminari, ai quali hanno partecipato gli studenti iscritti sia alla L-20 che alla LM-19. Il primo intitolato 'Web e comunicazione sportiva on-line. Nuovi linguaggi e nuove icone del racconto sportivo' ha visto la partecipazione dei giornalisti Marino Bartoletti, Angelo Carotenuto (La Repubblica), Federico Militello (OA Sport), Daniele Bartocci (Gazzanet) e Roberto Monzani (Inter Media House); moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). Al secondo, 'Comunicare lo sport attraverso la radio: parole e stili', hanno partecipato il Rettore, prof. Francesco Adornato, Marco Ardemagni (conduttore radiofonico RAI), Riccardo Cucchi, Francesco Repice (Rai Sport), Gerardo De Vivo (Agenzia Area), Gianluca Teodori (RDS), con la moderazione di Dario Ricci (Il Sole 24 Ore-Radio24) e Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 29/10/2018, si è tenuto un seminario interdisciplinare in tema di 'Promozione e Strategie della salute' con Alessia Bertolazzi, Ramona Bongelli, Lucia D'Ambrosi, Lucia Piccinini (Associazione per il disagio psicologico e i disturbi alimentari), Linda Lombi, Dott. Felice Sapone (Asur Civitanova Marche). In data 26 Marzo 2019, invece, ha avuto luogo la tavola rotonda 'Comunicare le elezioni europee attraverso i media digitali', organizzata in collaborazione con lo Europe Direct Regione Marche. All'evento erano presenti in qualità di relatori: Barbara Fioravanti (Direct Regione Marche), Marisa Celani (Europe Direct Regione Marche) e Stefano Campanari (Scambieuropei e European Elections Young Multiplier). Un'altra iniziativa che ha avuto particolare successo è stato il seminario 'Tutto il bello dell'informazione' del 2 Aprile 2019, con relatori Angelo Capulli, Silvia Vaccarezza (giornalista Tg2 RAI), Luca Mattiucci (Direttore Responsabile de 'Il Paese Sera'). Moderatrice Francesca Cipolloni (giornalista Sir-RnS). In data 19/04/2019, si è svolto un seminario in tema di 'GDPR e sicurezza dei dati personali' (con Simone Calzolaio e Vanni Boncinelli (Data protection officer di OBI Italia).

Anno accademico 2019/2020

Il CCU ha provveduto ad ampliare la composizione del Comitato di indirizzo. Il nuovo comitato di indirizzo è composto dal Prof. Giacomo Gistri (presidente delle classi), dal Prof. Andrea Cegolon (delegato al placement), dai professori Alessia Bertolazzi e Simone Calzolaio (referenti AQ rispettivamente della triennale e della magistrale), dai rappresentanti degli studenti L20 e LM19 e da un gruppo di stakeholder rappresentativi dei potenziali sbocchi professionali dei CdS: il direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria ADVcreativi, il titolare dell'Agenzia di Comunicazione PIL Associati, il giornalista reggente della sede di Macerata de 'Il Resto del Carlino'; il responsabile Marketing e Comunicazione per la Cultura e lo Spettacolo dal Vivo della Compagnia della Rancia, e il vice presidente esecutivo di Roi Group Srl (divisione Roi Edizioni). Il 29 maggio 2020 si è riunito il Comitato d'Indirizzo e sono state consultate le parti sociali in presenza (attraverso la piattaforma Zoom) ed è stato redatto l'apposito verbale secondo il format messo a disposizione dal PQA. L'obiettivo dell'incontro è stato quello di discutere con gli stakeholder i seguenti punti: la denominazione del CdS; gli obiettivi formativi del CdS; le figure professionali e gli sbocchi previsti; i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative. I rappresentanti delle professioni ritengono adeguati la denominazione del corso e i rispettivi obiettivi formativi. Per quanto riguarda la rispondenza delle figure professionali che il corso intende formare rispetto alle esigenze del mondo del lavoro suggeriscono di investire ulteriormente nell'offerta laboratoriale su due fronti: da un lato aggiungendo un laboratorio di PR e dall'altro rendendo obbligatori i laboratori per il completamento dei crediti liberi.

Gli stakeholder hanno manifestato inoltre apprezzamento per la revisione dell'offerta formativa effettuata dai docenti del CdS attraverso la revisione delle denominazioni e dei contenuti degli insegnamenti a partire dall'a.a. 2020/21 per renderli maggiormente in linea con le sfide che la comunicazione digitale pone.

Sempre il 29 maggio 2020, gli stessi rappresentanti del mondo del lavoro con l'aggiunta del Country Communication & Sustainability Manager di IKEA hanno partecipato ad una tavola rotonda moderata dalla rappresentante degli studenti sul tema: "I professionisti della comunicazione digitale. Esperienza e domanda di formazione a confronto". Durante tale incontro, ciascuno ha menzionato quali aspetti ritenesse più importanti per la formazione rispetto alle richieste dal mercato del lavoro.

Anno accademico 2020/2021

Il CdS ha svolto una consultazione documentale per valutare la caratterizzazione del progetto formativo del corso magistrale LM-19 rispetto all'offerta formativa nazionale della Classe. È stata svolta un'analisi di benchmark sui CdS incardinati nella Classe LM-19, prendendo in esame tutti i corsi erogati nella Macroregione di riferimento e un campione di corsi erogati a livello nazionale. L'analisi è stata presentata e discussa nel CCU del 28/09/2020. L'analisi ha permesso di rilevare che il CdS si contraddistingue dagli altri corsi di laurea rispetto agli obiettivi formativi e ai profili professionali che intende formare, in quanto risulta maggiormente declinato verso il settore della comunicazione digitale, in ambito di comunicazione pubblica e aziendale, anziché limitato ai profili concernenti l'informazione e l'editoria.

Anno accademico 2021/2022

In data 07/02/2022, il Comitato di indirizzo è stato interpellato per via telematica. In particolare, i componenti del Comitato sono stati consultati in merito alla proposta dell'offerta formativa per l'a.a. 2022/2023 del CdS. Non sono stati segnalati rilievi da parte dei componenti del Comitato rispetto alla proposta dell'offerta formativa del CdS LM-19, che è stata successivamente approvata nel CCU del 10/02/2022.

Anno accademico 2022/2023

Il giorno 24/01/2023 è stato inviato via email ai rappresentanti del mondo del lavoro che fanno parte del Comitato di indirizzo del corso LM-19 un questionario online inerente all'offerta formativa 2023/2024. Il questionario sottoposto all'attenzione dei rappresentanti del mondo del lavoro era composto da 5 domande aperte. In particolare, in una domanda del questionario si richiedeva un parere generale sull'offerta formativa del corso magistrale, segnalando eventuali proposte di miglioramento. Oltre al link al questionario online, i componenti del Comitato di indirizzo hanno ricevuto la bozza del piano di studio 2023/2024 del corso LM-19. I riscontri ricevuti sono stati illustrati in un verbale. Gli esiti della consultazione sono stati presentati e discussi nel CCU del 02/02/2023.

Inoltre, la composizione del Comitato di indirizzo è stata ulteriormente ampliata, includendo la coordinatrice del Corso di dottorato in Global Studies, quale rappresentante di un ciclo di studio successivo al CdS, come approvato nel CCU del 23/03/2023.

Anno accademico 2023/2024

I componenti del Comitato di Indirizzo Permanente della classe LM-19 sono stati convocati per una consultazione finalizzata alla discussione dell'aggiornamento dell'offerta formativa del corso di laurea magistrale. L'incontro si è svolto il giorno 6 febbraio 2024 alle ore 16, in modalità online. I componenti del Comitato hanno esaminato il piano di studi della Cl. LM-19. I componenti del Comitato riconoscono l'esigenza di rendere maggiormente intelligibile agli studenti la connessione tra gli insegnamenti erogati e i due profili professionali che il CdS mira a formare. I due profili professionali sono puntualmente descritti nel quadro A2.a e A2.b della Scheda Sua-CdS: il profilo A, Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate (codifica ISTAT 2.5.1.6.0); il profilo B, Redattori di testi per la pubblicità (codifica ISTAT 2.5.4.1.3).

Pertanto, sono proposte e discusse tra i componenti del Comitato una serie di modifiche volte a i) aggiornare le denominazioni e il programma di alcuni insegnamenti, al fine di allineare in modo ancora più definito gli obiettivi formativi di ogni singolo insegnamento con gli obiettivi generali del corso e con le competenze richieste dai due profili professionali summenzionati; ii) evidenziare all'interno del piano di studi gli insegnamenti in rosa che possono essere più funzionali a formare il profilo A o il profilo B. Le modifiche proposte sono illustrate ed approvate nel successivo CCU.

Link: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)



1.Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

funzione in un contesto di lavoro:

La formazione e l'esperienza maturata dallo studente laureato consentono di svolgere funzioni di:

- collaborazione e coordinamento delle attività di comunicazione e di informazione rivolta verso l'esterno, in ambito pubblico e privato, attraverso canali di comunicazione analogica e digitale, ivi comprese le piattaforme di social networking e le piattaforme digitali pubbliche;
- gestione e coordinamento delle attività di comunicazione e informazione rivolta all'interno delle realtà pubbliche e private, in collaborazione con la dirigenza delle rispettive organizzazioni;
- collaborazione e gestione dell'immagine e della reputazione della organizzazione pubblica o privata, secondo gli indirizzi delineati dalla dirigenza;
- implementazione e gestione del processo di progressiva digitalizzazione delle comunicazioni delle organizzazioni pubbliche e private, in collaborazione con la dirigenza;
- acquisizione e sviluppo del patrimonio informativo aziendale attraverso capacità di estrazione e analisi quali-quantitativa dei dati e delle informazioni aziendali;
- gestione e coordinamento della promozione di eventi e di attività di interesse aziendale, sotto il profilo organizzativo, divulgativo e comunicativo.

competenze associate alla funzione:

Le funzioni dello studente laureato si fondano sulle competenze relative a:

- conoscenza delle policy e abilità d'uso delle piattaforme digitali pubbliche (ad es. SPID, Io, Immuni) e private (ad es. Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Tik Tok);
- abilità nell'uso di strategie di risoluzione dei conflitti e di miglioramento della efficacia della comunicazione interna ai gruppi, attraverso la conoscenza del funzionamento delle dinamiche comunicative, di gestione dei gruppi e delle competenze relazionali;
- elaborazione di piani e modelli di comunicazione e gestione dell'immagine e della reputazione aziendale;
- abilità informatiche e analitiche funzionali a organizzare e coordinare l'evoluzione digitale all'interno di strutture complesse, anche attraverso l'uso di strumenti software e dell'intelligenza artificiale;
- abilità nella scrittura e redazione di testi, specificamente rivolti alla comunicazione in ambiente analogico o in ambiente digitale;
- capacità di distinguere rischi e opportunità legati all'utilizzo dei media e abilità nell'individuare e valutare i mezzi di comunicazione e diffusione del pensiero più idonei rispetto alle finalità in concreto perseguite dall'azienda.

sbocchi occupazionali:

Sbocchi professionali ISTAT:

- addetto o responsabile ufficio stampa per istituzioni e aziende;
- addetto o consulente di immagine;
- addetto o esperto in relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa;
- responsabile della comunicazione nelle amministrazioni pubbliche e nelle aziende private;
- addetto o responsabile ufficio relazioni con il pubblico;

Sbocchi professionali ulteriori:

- addetto alla analisi dei dati e delle informazioni d'impresa e delle strategie di comunicazione data-based;
- addetto o responsabile della transizione digitale delle organizzazioni pubbliche e private.

2.Redattori di testi per la pubblicità

funzione in un contesto di lavoro:

La formazione e l'esperienza maturata dallo studente laureato consentono di svolgere funzioni di:

- analisi, comprensione, classificazione di testi pubblicitari, anche grazie all'utilizzo di strumenti software e di intelligenza artificiale;
- ideazione e redazione di testi informativi e pubblicitari adeguati ai caratteri dei media utilizzati per la diffusione del messaggio.

competenze associate alla funzione:

Le funzioni dello studente laureato si fondano sulle competenze relative a:

- Abilità informatiche connesse all'uso di software e di strumenti di intelligenza artificiale funzionali all'estrazione e alla analisi automatizzata di dati ed alla acquisizione di informazioni rilevanti;
- Abilità linguistiche e redazionali nella produzione di testi pubblicitari e nel brand storytelling;
- Abilità nella produzione di messaggi multimediali (testi, immagini, musiche);
- Abilità nella caratterizzazione dei testi e messaggi pubblicitari in funzione del media utilizzato (carta stampata, social network, ecc.).

sbocchi occupazionali:

Sbocchi professionali ISTAT:

- copywriter;
- creatore e redattore di testi pubblicitari;
- storyteller.



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

21/01/2021

L'accesso al corso di laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali (LM-19) richiede il possesso di requisiti curriculari, di seguito specificati, e di una adeguata preparazione personale.

A) Requisiti curriculari.

L'ammissione al Corso di Laurea Magistrale LM-19 richiede il possesso del diploma di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, classe L-20 o dei previgenti ordinamenti, ovvero di titolo di studio equipollente conseguito all'estero e legalmente riconosciuto.

I laureati in altri corsi di laurea triennale sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale LM-19 se hanno acquisito almeno 40 CFU, di cui:

- 1) almeno 6 CFU in una lingua comunitaria, oltre a 6 CFU nella lingua inglese;
- 2) almeno 8 CFU nell'ambito sociologico, settore SPS/07;
- 3) inoltre, almeno 20 CFU complessivi, in almeno tre delle seguenti aree disciplinari:
 - area storica (Storia contemporanea, Storia della scienza e delle tecniche, Storia moderna);
 - area sociologica (Sociologia generale, Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Sociologia dei processi economici e del lavoro, Sociologia giuridica della devianza e mutamento sociale, Sociologia dei fenomeni politici, Scienza politica);
 - area linguistica (Glottologia e linguistica, Linguistica italiana, Lingua Inglese, Francese, Tedesca, Spagnola);
 - area letteraria (Letteratura italiana contemporanea, Letteratura italiana, Linguistica italiana);
 - area economica (Economia politica, Politica economica, Economia applicata, Economia e gestione delle imprese, Economia aziendale, Statistica);
 - area giuridica (Diritto privato, Istituzioni di diritto pubblico, Diritto amministrativo, Diritto dell'unione europea, Diritto dell'informazione e della comunicazione);
 - area delle scienze umane (Pedagogia generale e sociale, Pedagogia sperimentale, Psicologia generale, Psicologia sociale, Psicologia del lavoro e delle organizzazioni, Filosofia morale);
 - area delle metodologie critiche e arti della comunicazione (Sistemi di elaborazione delle informazioni, informatica, Discipline dello spettacolo, Cinema, fotografia e televisione, Estetica, Filosofia e teoria dei linguaggi, Musicologia e storia della musica).

B) Verifica della adeguata preparazione personale dello studente.

L'ammissione al Corso di tutti gli studenti è subordinata al superamento di una verifica dell'adeguatezza della preparazione personale attraverso un colloquio finalizzato ad accertare che il livello delle competenze disciplinari posseduto dallo studente sia adeguato al Corso.

A tal fine, il Consiglio ha incaricato la Commissione pratiche studenti ad organizzare e svolgere i colloqui individuali, secondo un calendario concordato con gli studenti.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

06/05/2024

Verifica dell'adeguatezza della preparazione personale dello studente.

L'ammissione al Corso di tutti gli studenti è subordinata al superamento di una verifica dell'adeguatezza della preparazione personale attraverso un colloquio finalizzato ad accertare che il livello delle competenze disciplinari posseduto dallo/a studente/essa sia adeguato al Corso.

A tal fine, il Consiglio ha incaricato la Commissione pratiche studenti di organizzare e svolgere i colloqui individuali, secondo un calendario concordato con gli studenti.

In sede di colloquio, la Commissione accerta le motivazioni, le aspettative e il percorso curricolare dello/a studente/essa.

All'esito del colloquio e sulla base della effettiva preparazione dello/a studente/essa, la Commissione può proporre e concordare con lo/a studente/essa delle letture da effettuare per migliorare le proprie conoscenze di base. Qualora la Commissione ritenga sufficiente il livello delle conoscenze e delle competenze dello/a studente/essa esprime un parere positivo sull'ammissione e lo/a studente/essa ha diritto di iscriversi al Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture Digitali (LM-19).

La procedura di ammissione appena descritta viene comunicata immediatamente allo/a studente/essa nel momento in cui richiede di iscriversi al Corso di laurea Magistrale in Comunicazione e Culture Digitali (LM-19) ed è pubblicizzata nel sito istituzionale del Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali.

Coloro che non hanno i requisiti curriculari per l'accesso diretto al corso possono chiedere la valutazione della carriera e acquisire i crediti formativi necessari tramite corsi singoli propedeutici offerti gratuitamente dall'Ateneo.

Link: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/requisiti-di-accesso> (Requisiti di accesso)



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

24/03/2021

I Laureati nel corso di Laurea Magistrale della classe LM-19 di Comunicazione e culture digitali, dovranno possedere conoscenze approfondite del sistema dell'informazione italiano, europeo ed internazionale; conoscenze dei sistemi di produzione, trasmissione e scambio dell'informazione pubblica e privata, nazionale e internazionale; la padronanza delle tecnologie multimediali della comunicazione culturale, editoriale, visuale, sociale, letteraria nonché aziendale, economica e amministrativa, per rispondere alle continue innovazioni in questi ambiti, garantendo l'efficacia finale dei servizi digitali multipiattaforma; competenze manageriali organizzative e gestionali necessarie per funzioni di elevata responsabilità in organizzazioni pubbliche e private; competenze gestionali per le attività di comunicazione interna ed esterna di enti, istituzioni e imprese anche attraverso l'utilizzo di tecnologie multimediali; competenze trasversali utili ai ruoli di responsabilità e manageriali.

Il Laureato dovrà altresì essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari e settoriali.

Per raggiungere tali obiettivi il Corso di Laurea Magistrale LM-19 ha attivato insegnamenti che si prefiggono di dare una formazione interdisciplinare nel campo della creazione e della gestione delle informazioni, della realizzazione di forme testuali e ipertestuali complesse e funzionali negli ambiti prima elencati. I laboratori fanno parte integrante del percorso formativo dei nostri studenti in quanto offrono opportunità di sperimentare le competenze acquisite in situazioni lavorative simulate, sotto la supervisione di un docente esperto; le attività di tirocinio e stage sono organizzate in modo funzionale agli obiettivi del corso stesso.

Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. In particolare tale capacità è acquisita seguendo un percorso formativo graduale ed articolato.

Nel primo anno del Corso allo studente è richiesto di acquisire un bagaglio di saperi e competenze, da intendersi come preliminari e necessarie, nel settore delle culture digitali:

- a) la competenza linguistica indispensabile, per accedere e muoversi autonomamente nel mondo globale della comunicazione digitale, che ha quale lingua franca la lingua inglese. A tal fine, il corso di studi prevede l'acquisizione da parte dello studente di competenze linguistiche avanzate (tramite l'insegnamento di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8CFU)
- b) la conoscenza dei modelli organizzativi, delle reti e dei processi comunicativi, in particolare nel settore della ormai pervasiva comunicazione di marketing sviluppata attraverso le forme della comunicazione digitale (a ciò sono finalizzati gli insegnamenti di Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi e di Digital e Social Media Marketing, entrambi per 8 CFU);
- c) la consapevolezza critica funzionale, da un lato, a riconoscere le proprie competenze e a consolidarle e, dall'altro, a identificare le aree di maggiore carenza e a svilupparle: si tratta, in altri termini, di acquisire conoscenze relative alle cd. competenze trasversali utili in ogni attività lavorativa, sia individuale sia di gruppo (a ciò è espressamente dedicato, anche sotto il profilo delle modalità di insegnamento esposte nell'allegato C, l'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU);
- d) l'analisi della dimensione etica della comunicazione e dei media, volta a delineare in cosa consiste una buona comunicazione, che ruolo hanno i media nella formazione dell'identità personale e delle relazioni interpersonali e nella promozione di una società migliore e più giusta (Etica dei media digitali, 8 CFU).

Sin dal primo anno è inoltre richiesto allo studente di applicare questi saperi e di mostrare la propria autonomia di giudizio

nel concorrere a determinare il proprio iter formativo, in particolare mediante la scelta di insegnamenti opzionali, attraverso i quali può caratterizzare il proprio percorso di studi.

Il Corso, infatti, consente allo studente di qualificare il proprio percorso formativo in una prospettiva di maggiore attenzione alla realtà nazionale della comunicazione e delle culture digitali (grazie ai corsi di Diritto della pubblica amministrazione nell'era digitale per 8 CFU) oppure con una preferenza per la comunicazione digitale meno legata ai confini nazionali (grazie ai corsi di Letteratura digitale per 8 CFU).

Sulla base di quanto descritto in precedenza, il secondo anno di Corso è fortemente indirizzato ad affinare le capacità critiche e l'autonomia di giudizio dello studente attraverso una conoscenza approfondita, applicativa e specialistica delle competenze maturate nel primo anno di corso.

A tal fine, risultano fondamentali:

- a) l'insegnamento di Informatica multimediale e intelligenza artificiale (8 CFU) che, come risulta dall'all. C dell'insegnamento, accanto alla classica formazione teorica di saperi, ha quale ulteriore obiettivo pratico l'inclusione digitale dello studente, mediante la realizzazione e la messa in opera di un sistema informativo sostenibile, multimediale e multiplatforma (il cd. saper fare);
- b) gli insegnamenti volti a completare la conoscenza del fenomeno comunicativo con i profili giuridici dedicati ad acquisire la competenza e la capacità critica del saper comunicare correttamente e lecitamente (ci si riferisce all'insegnamento di Diritto delle nuove tecnologie e della privacy per 8 CFU), e con gli aspetti sociologici legati alla comunicazione pubblica (Comunicazione pubblica e open government, 8 CFU);
- c) gli insegnamenti che consentono allo studente una formazione specializzata in settori di rilievo da lui stesso individuati quali, sul piano storico-sociale, gli insegnamenti a scelta fra loro di Storia del giornalismo e dei media digitali o di Etnografia digitale; sul piano della politica economica, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile; sul piano artistico-letterario, di Cinematografia digitale o di Brand storytelling (tutti per 8 CFU).

 **QUADRO**
A4.b.1


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

Conoscenza e capacità di comprensione	<p>I laureati in Comunicazione e culture digitali acquisiscono competenze di carattere trasversale, in diverse aree disciplinari (Area economico-aziendale e giuridica; Area linguistica e storico-letteraria; Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane), legate fra loro dall'approfondimento del fenomeno della comunicazione e, in particolare, della comunicazione in ambiente digitale nei diversi settori scientifici.</p> <p>Le conoscenze e la capacità di comprensione sono conseguite tramite forme tradizionali di didattica universitaria (lezioni frontali), cui si affiancano necessariamente modalità di conoscenza e di comprensione ulteriori. Nel Corso di laurea è infatti fortemente incentivata anche la didattica di taglio applicativo, sia attraverso (a) la variegata offerta di laboratori didattici – grazie ai quali lo studente può caratterizzare il proprio percorso formativo, approfondendo uno o più ambiti comunicativi ed acquisendo e sviluppando specifiche conoscenze e capacità di comprensione – sia attraverso (b) lo stage obbligatorio presso imprese o istituzioni pubbliche, nel cui ambito lo studente può sviluppare la dimensione concreta della comunicazione.</p> <p>Inoltre, nel Corso di laurea sono, con cadenza annuale, organizzati seminari</p>	
--	---	--

interdisciplinari (con acquisizione di CFU), che possono essere frequentati su base volontaria dagli studenti. Tali seminari hanno il principale obiettivo di condurre lo studente ad acquisire una visione integrata delle principali e più attuali tematiche attinenti alla comunicazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il CdS LM-19, oltre ad una attenzione rivolta alla formazione disciplinare/teorica e all'acquisizione di linguaggi settoriali, si caratterizza per una specifica attenzione all'acquisizione di capacità operative, anche di carattere tecnologico. Gli studenti, pertanto, oltre a capacità di comprensione ed analisi, conseguiranno nel loro percorso formativo competenze funzionali alla gestione dei flussi comunicativi, alla estrazione ed analisi dei dati, alla redazione di differenti prodotti medialti (testi, suoni, immagini), alla gestione dei canali di comunicazione e della cross-medialità.

La capacità di comprensione e la capacità di applicare le conoscenze acquisite sono valutate mediante: realizzazione di lavori individuali e/o di gruppo; svolgimento di esercizi e applicazioni pratiche nell'ambito dei laboratori didattici; esperienza obbligatoria di stage inerente agli obiettivi formativi del corso di laurea presso enti e aziende (supportate da attività di tutorato del docente di area tematica); partecipazione alle lezioni e, ovviamente, mediante il superamento degli esami di profitto di insegnamenti e laboratori didattici.

Si segnala altresì che nel CdS la frequenza dei seminari didattici dà luogo al riconoscimento di CFU solo quando lo studente redige una sintetica relazione, esaminata dal docente responsabile dell'iniziativa seminariale, volta a verificare l'effettiva comprensione della tematica trattata.

Inoltre, la capacità di applicare la conoscenza e la comprensione trova conclusiva verifica nel lavoro di redazione e discussione della prova finale, nel cui ambito lo studente è stimolato a reperire, analizzare ed interpretare autonomamente fonti e dati rilevanti per l'argomento approfondito

▶ **QUADRO**
A4.b.2

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

Area Economico-Aziendale e Giuridica

Conoscenza e comprensione

Sul piano economico, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze teoriche e tecniche necessarie a comprendere, gestire e comunicare l'informazione economica attraverso i diversi mezzi disponibili on-line e off-line.

Sul piano aziendale, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze teoriche e tecniche concernenti la comunicazione d'impresa con riferimento alla sua declinazione organizzativa, istituzionale, economico - finanziaria e di mercato. Particolare attenzione sarà data all'approfondimento degli aspetti che riguardano la comunicazione di marketing nell'ambito digitale. Sul piano giuridico, il percorso formativo si propone di fornire la conoscenza del sistema di regole, nazionali, europee ed internazionali, concernenti la disciplina della rete Internet, con particolare riguardo al regime giuridico e ai diritti e poteri dei principali soggetti della rete (utenti, provider, autorità pubbliche) e al regime del diritto dell'informazione e della comunicazione in rete.

In particolare, formano oggetto di approfondimento le discipline giuridiche della privacy, del diritto d'autore, del nome a dominio, riferite alla comunicazione e informazione attraverso la rete Internet.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sul piano economico, l'obiettivo è quello di dotare gli studenti dei metodi d'indagine necessari per poter comprendere le principali problematiche economiche generate dalla presenza di storture nel contesto informativo digitale. In particolare, gli studenti dovranno conoscere il ruolo della comunicazione all'interno dei principali aggregati macroeconomici ed essere in grado di redigere rapporti di comunicazione manifestando padronanza del linguaggio tecnico e consapevolezza del metodo d'indagine. Sul piano aziendale, la formazione impartita offre la possibilità di conoscere i metodi e gli strumenti necessari per poter contribuire alla presa delle decisioni strategiche e operative inerenti alla comunicazione orientata al mercato, nonché essere in grado di poterle implementare, utilizzando tutto il ventaglio di strumenti che l'evoluzione tecnologica e il digitale offrono. Sul piano giuridico, il percorso formativo ha come obiettivo quello di fornire agli studenti il bagaglio minimo di conoscenze giuridiche necessarie per utilizzare correttamente, anche sotto il profilo professionale e lavorativo, la rete Internet. In particolare, si intende fornire adeguata capacità di riconoscere e comprendere le problematiche giuridiche connesse alla comunicazione e informazione in rete in riferimento alla tutela della privacy, alla tutela del diritto d'autore, alla editoria digitale. L'insieme delle conoscenze e capacità di comprensione sopra menzionate è acquisito partecipando attivamente alle attività didattiche (lezioni, esercitazioni, laboratori) e attraverso lo studio individuale, anche utilizzando testi in lingua inglese. In particolare, è da segnalare che le attività didattiche si caratterizzano per un elevato grado di interattività, in modo da situare il più possibile le conoscenze teoriche e metodologiche in un contesto applicativo. In questo senso, l'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni. La verifica dell'iter formativo prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento che accerterà la padronanza degli istituti giuridici, economici ed aziendali fondamentali e il loro funzionamento. Nella prova finale, dovranno emergere capacità di analisi critica in un contesto di ricerca applicato ai temi specifici dell'ambito disciplinare. Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner, che ha altresì dimostrato di adempiere ad un'importante funzione di placement.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING [url](#)

DIRITTO DELL' AMMINISTRAZIONE DIGITALE E DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA [url](#)

DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE [url](#)

DIRITTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI E DELLA PRIVACY [url](#)

ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

LABORATORIO DI DIRITTO E POLICY DEI SOCIAL MEDIA [url](#)

LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING [url](#)

MARKETING DELL'INDUSTRIA CULTURALE E DELLO SPETTACOLO [url](#)

Area linguistico storico letteraria

Conoscenza e comprensione

Le conoscenze erogate sono dirette all'acquisizione degli strumenti sia di analisi che di creazione delle scritture tipiche della letteratura e della comunicazione digitali presenti nel perimetro dell'industria culturale: le forme e i generi delle testualità letterarie della rete, il booktrailer, la fenomenologia paratestuale e le sue nuove codifiche, collegate all'uso dei social media, alle tipologie promozionali in rete, ai generi di consumo, alle scritture brevi, allo sviluppo degli e-book e ai supporti tecnologici pertinenti, alla fruizione su mobile, ai siti degli autori, alla politica delle grandi concentrazioni editoriali e alle strategie di marketing.

Tali forme di scrittura richiedono competenze trasversali di tipo letterario, capaci di integrarsi con le mappe semiotiche provenienti dai domini tecnologici, iconici, visivi, mediatici e della comunicazione on line (giornalismo, blog culturali, riviste digitali) e con gli aspetti legati alla promozione del prodotto, identificandone target di utenza e fasce, nonché circuiti di acquirenti.

Il sistema dei media è approfondito anche attraverso conoscenze storiche sull'evoluzione del giornalismo in età contemporanea e sullo sviluppo di Internet e dei media digitali.

Inoltre, gli insegnamenti dell'Area forniscono agli studenti una preparazione di base che consenta loro di progettare e utilizzare sistemi multimediali, anche basati su metodi di intelligenza artificiale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le competenze descritte forniranno gli strumenti necessari per costruire abilità professionalizzanti finalizzate all'inserimento nel mondo del lavoro, e funzionali, nello specifico, a: ricoprire incarichi di responsabilità creative e/o manageriali nell'ambito dei linguaggi digitali culturali, giornalistici, editoriali e nel settore del letterario diffuso ed elettronico; a redigere testi, promuovere strategie promozionali (il booktrailer) e format paratestuali adeguati al mercato globale; ad approntare supporti per la fruizione dei testi attraverso mobile, social ed e-book; a progettare sistemi di gestione e analisi di immagini e video, di mixed reality e sistemi intelligenti a supporto dello sviluppo di contenuti multimediali. A tal fine, specifica attenzione è posta alla padronanza dell'inglese scritto e orale, anche con riflessioni interculturali nell'ambito specialistico della comunicazione globalizzata. Il possesso di queste conoscenze e capacità è verificato tramite il superamento delle prove d'esame; sebbene, durante le lezioni siano attivati momenti di rielaborazione personale di temi di approfondimento degli argomenti trattati nei corsi (provenienti anche dalle bibliografie in lingua inglese), diretti anche a migliorare l'efficacia espressiva e comunicativa. La dimensione applicativa si attua altresì durante la partecipazione alle attività didattiche integrative (esercitazioni, laboratori), che arricchiscono lo studio individuale. In tal senso, le attività didattiche presentano un alto grado di interattività e di analisi, in modo da applicare il più possibile le conoscenze teoriche e metodologiche ai casi di studio. Risultano particolarmente efficaci le tecniche di esposizione multimediali, che costituiscono anche l'oggetto di studio. La verifica delle competenze acquisite prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, l'eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo oppure di una presentazione multimediale; nella prova finale, dovranno emergere capacità di analisi critica e idee originali in un contesto di ricerca applicato ai temi della comunicazione editoriale, letteraria o multimediale e dell'industria culturale. L'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni. Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

LETTERATURA E SCRITTURE DIGITALI [url](#)

LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE MEDIATICA [url](#)

STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI [url](#)

Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane

Conoscenza e comprensione

L'Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane consente di sviluppare conoscenze e acquisire competenze nell'ambito delle culture digitali e dei media digitali, con particolare attenzione alla rilevanza sociale, psicologica ed etica delle nuove tecnologie nel processo comunicativo in tutti gli ambiti in cui viene richiesto dal mondo del lavoro, sia in fase progettuale sia in fase realizzativa. La finalità che si vuole raggiungere è duplice: favorire l'analisi critica nella gestione dell'informazione e promuovere gli strumenti e le tecniche della comunicazione, specificatamente digitale. In particolare, in questa Area, sono fornite agli studenti conoscenze e competenze in merito alle tecniche e agli strumenti operativi dello storytelling; alla metodologia di analisi qualitativa di dati digitali; alla dimensione etica e psicologica dei media digitali e delle tecnologie basate su sistemi di intelligenza artificiale; alla gestione delle relazioni interne ed esterne, delle risorse umane, della comunicazione nelle organizzazioni complesse.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze acquisite attraverso le discipline dell'area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane permettono di comprendere il funzionamento di modelli organizzativi e relazionali, sia offline sia online, di identificare le dinamiche psicosociali sottese a tali modelli e di sperimentare il funzionamento di strategie e tecniche di comunicazione, specie in contesti digitali. A tale fine, le attività didattiche sono svolte in modo da privilegiare un coinvolgimento attivo degli studenti, che sono chiamati a confrontarsi tra di loro e con i docenti, anche attraverso simulazioni, e a realizzare elaborati o progetti sui contenuti degli insegnamenti. Inoltre, le attività didattiche sono integrate da laboratori e da interventi di professionisti esterni, che hanno l'obiettivo di sviluppare i contenuti da un punto di vista maggiormente operativo. La verifica delle conoscenze e competenze apprese prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, un'eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo collegati ai singoli insegnamenti oppure una presentazione multimediale; nel momento di verifica attraverso la prova finale, dovranno emergere idee originali in un contesto di ricerca. Lo stage obbligatorio, svolto coerentemente con gli obiettivi formativi del corso, sulla base di uno specifico progetto formativo individuale, contribuisce ulteriormente a sviluppare le capacità di applicare le conoscenze acquisite per mezzo delle discipline dell'area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane a contesti sia online sia offline.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BRAND STORYTELLING [url](#)

CINEMATOGRAFIA DIGITALE [url](#)

ETNOGRAFIA DIGITALE [url](#)

INFORMATICA MULTIMEDIALE PER I SOCIAL MEDIA [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

LABORATORIO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI PSICOLOGIA COGNITIVA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE [url](#)

LABORATORIO PERMANENTE DI MASS MEDIA E POLITICA [url](#)

MODELLI ORGANIZZATIVI E RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA [url](#)

Mod.a Etica dei media digitali (*modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI*) [url](#)

Mod.b Psicologia dei media digitali (*modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI*) [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E PUBBLICITARIA [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

1) I laureati con il nostro percorso formativo sviluppano la capacità di:

- formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera indipendente la propria valutazione sullo stato effettivo dei processi di comunicazione;
- inserire l'uso di innovative tecnologie digitali in un approccio teorico umanistico di riferimento e pertinente alle dinamiche della comunicazione mobile e di rete;
- lavorare per obiettivi e procedere per problem setting/problem solving;
- padroneggiare metodologie di ricerca e strumenti per l'analisi dei dati e conoscenza dei quadri normativi riferibili alla comunicazione;

Inoltre: analizzare criticamente il rapporto tra media, marketing e azione sociale; valutare e scegliere le migliori strategie semiologiche, testuali e promozionali per

un determinato prodotto culturale in relazione anche al diverso contesto di riferimento e di mercato; decodificare le strutture profonde dei linguaggi, dei testi e dei discorsi sociali, nelle loro diverse forme, nei loro mezzi di espressione e di manifestazione e nella loro mutabilità storica.

Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. In particolare tale capacità è acquisita dallo studente seguendo un percorso formativo graduale ed articolato.

1.1) Nel primo anno del Corso allo studente è richiesto di acquisire un bagaglio di saperi e competenze, da intendersi come preliminari e necessarie, nel settore delle culture digitali:

- a) la competenza linguistica indispensabile, per accedere e muoversi autonomamente nel mondo globale della comunicazione digitale, che ha quale lingua franca la lingua inglese. A tal fine, il corso di studi prevede l'acquisizione da parte dello studente di competenze linguistiche avanzate (tramite l'insegnamento di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8CFU)
 - b) la conoscenza dei modelli organizzativi, delle reti e dei processi comunicativi, in particolare nel settore della ormai pervasiva comunicazione di marketing sviluppata attraverso le forme della comunicazione digitale (a ciò sono finalizzati gli insegnamenti di Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi e di Digital e Social Media Marketing, entrambi per 8 CFU);
 - c) la consapevolezza critica funzionale, da un lato, a riconoscere le proprie competenze e a consolidarle e, dall'altro, a identificare le aree di maggiore carenza e a svilupparle: si tratta, in altri termini, di acquisire conoscenze relative alle cd. competenze trasversali utili in ogni attività lavorativa, sia individuale sia di gruppo (a ciò è espressamente dedicato, anche sotto il profilo delle modalità di insegnamento esposte nell'allegato C, l'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU);
 - d) l'analisi della dimensione etica della comunicazione e dei media, volta a delineare in cosa consiste una buona comunicazione, che ruolo hanno i media nella formazione dell'identità personale e delle relazioni interpersonali e nella promozione di una società migliore e più giusta (Etica dei media digitali, 8 CFU).
- Sin dal primo anno è inoltre richiesto allo studente di applicare questi saperi e di mostrare la propria autonomia di giudizio nel concorrere a determinare il proprio iter formativo, in particolare mediante la scelta di insegnamenti opzionali, attraverso i quali può caratterizzare il proprio percorso di studi.

Il Corso, infatti, consente allo studente di qualificare il proprio percorso formativo in una prospettiva di maggiore attenzione alla realtà nazionale della comunicazione e delle culture digitali (grazie ai corsi di Diritto della pubblica amministrazione nell'era digitale per 8 CFU) oppure con una preferenza per la comunicazione digitale meno legata ai confini nazionali (grazie ai corsi di Letteratura digitale per 8 CFU).

1.2) Sulla base di quanto descritto in precedenza, il secondo anno di Corso è fortemente indirizzato ad affinare le capacità critiche e l'autonomia di giudizio dello studente attraverso una conoscenza approfondita, applicativa e specialistica delle competenze maturate nel primo anno di corso.

A tal fine, risultano fondamentali:

- a) l'insegnamento di Informatica multimediale e intelligenza artificiale (8 CFU) che, come risulta dall'all. C dell'insegnamento, accanto alla classica formazione teorica di saperi, ha quale ulteriore obiettivo pratico l'inclusione digitale dello studente, mediante la realizzazione e la messa in opera di un sistema informativo sostenibile, multimediale e multiplatforma (il cd. saper fare);
- b) gli insegnamenti volti a completare la conoscenza del fenomeno comunicativo con i profili giuridici dedicati ad acquisire la competenza e la capacità critica del saper comunicare correttamente e lecitamente (ci si riferisce all'insegnamento di Diritto delle nuove tecnologie e della privacy per 8 CFU), e con gli aspetti

sociologici legati alla comunicazione pubblica (Comunicazione pubblica e open government, 8 CFU);
c) gli insegnamenti che consentono allo studente una formazione specializzata in settori di rilievo da lui stesso individuati quali, sul piano storico-sociale, gli insegnamenti a scelta fra loro di Storia del giornalismo e dei media digitali o di Etnografia digitale; sul piano della politica economica, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile; sul piano artistico-letterario, di Cinematografia digitale o di Brand storytelling (tutti per 8 CFU).

1.3) La capacità critica e l'autonomia di giudizio dello studente sono altresì acquisite mediante la previsione di un cospicuo numero di CFU che lo studente è tenuto ad acquisire svolgendo attività e percorsi formativi attinenti al Corso di studi, ma in tale ambito liberi nell'oggetto.

Ci si riferisce agli 8 CFU previsti per le attività formative a scelta dello studente e per i laboratori (a carattere applicativo).

A tal riguardo, si segnala la vasta e specifica offerta di laboratori a carattere professionalizzante. Il fruttuoso superamento di tali laboratori implica il conseguimento da parte dello studente di un grado di conoscenza, di capacità critica e di autonomia corrispondente ad una dimensione applicativa degli insegnamenti istituzionali impartiti durante il Corso.

Ci si riferisce altresì ai 4 CFU dedicati allo stage presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali e, segnatamente, presso una rete di parti sociali qualificate nel settore della comunicazione e delle culture digitali, evidentemente volto all'applicazione dei caratteri di autonomia e capacità critica dello studente.

Ci si riferisce altresì alla prova finale (14 CFU), con cui si chiude il percorso formativo: tale prova richiede allo studente di redigere un elaborato che dimostri la padronanza degli argomenti specifici del percorso formativo, la capacità di operare in modo autonomo ed anche di usare una metodologia adeguata.

1.4) L'insieme degli strumenti didattici descritti e delle articolate modalità con cui sono acquisiti i complessivi 120 CFU del Corso dimostrano che il percorso formativo descritto forma laureati che in proporzione all'impegno profuso ed ai risultati conseguiti hanno sviluppato le capacità descritte nel punto 1.

La partecipazione a stage e tirocini favorisce lo sviluppo della consapevolezza da parte dello studente del rapporto teoria-prassi.

L'elaborazione della tesi di laurea permette di verificare ulteriormente la valutazione critica e scientifica raggiunta dallo studente.

Abilità comunicative

I laureati attraverso l'approfondimento di insegnamenti specifici delineati nel dettaglio nel precedente descrittore Autonomia di giudizio, e di seguito richiamati sinteticamente sono in grado di:

- utilizzare tecnologie multimediali e culturali della comunicazione e del ciclo di gestione dei progetti, per rispondere alle continue innovazioni in questo ambito, garantendo l'efficacia finale dei servizi digitali (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Informatica multimediale e intelligenza artificiale e Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi, entrambi per 8 CFU);
- rappresentare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto e al quadro normativo (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Etica dei media digitali, Diritto delle nuove tecnologie e della privacy, Comunicazione pubblica e open government, oltre che all'insegnamento di carattere storico Storia del giornalismo e dei media digitali, tutti per 8 CFU) o,

qualora scelto, analizzare i flussi informativi e comunicativi in ambito digitale (giornalistico, delle imprese culturali ed editoriali, nonché dei contenuti generati dagli utenti), grazie alle competenze maturate nell'utilizzo di software e tecniche di analisi qualitativa dei dati estratti dal web e dai social media (Etnografia digitale, 8 CFU);

- lavorare in gruppo, collaborando con altre figure professionali e gestendo situazioni conflittuali attraverso una comunicazione efficace (grazie, in particolare, all'insegnamento di Tecniche Comunicative e Soft Skills, 6 CFU, allo stage obbligatorio presso aziende, istituzioni, professionisti, per 4 CFU, e, qualora prescelti, ai laboratori a carattere applicativo);
- utilizzare abilità linguistiche orali e scritte oltre che in italiano anche nella lingua inglese (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Lingua inglese per la comunicazione mediatica, 8 CFU, e, qualora prescelto dallo studente, di Letteratura digitale, 8 CFU).

L'interconnessione delle competenze acquisite dal laureato consente, inoltre, di conseguire ulteriori competenze trasversali:

- progettare, produrre e distribuire testi creativi e di supporto ai diversi contesti comunicativi (grazie, in particolare, qualora prescelti, agli insegnamenti di Letteratura digitale e di Cinematografia digitale, 8 CFU);
- conoscere e sviluppare piani di comunicazione di un evento culturale e promuovere la partecipazione degli attori socio-economici del territorio (grazie, in particolare, agli insegnamenti di Social Media Marketing, e qualora prescelti, di Economia della Comunicazione Digitale o di Economia e politiche dello Sviluppo Sostenibile, 8 CFU);
- possedere abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale (Comunicazione pubblica e open government, Informatica multimediale e intelligenza artificiale e Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi, 8 CFU).

In sintesi, il laureato acquisisce attraverso i contenuti degli insegnamenti istituzionali del Corso specifiche competenze nel settore delle comunicazioni digitali. Su tale fondamento formativo il laureato affina e amplia le proprie abilità comunicative grazie all'esperienza maturata nei laboratori applicativi (qualora ne abbia conseguito i relativi CFU) e nell'ambito dello stage presso istituzioni e imprese operanti nel settore della comunicazione digitale.

Capacità di apprendimento

I laureati maturano un bagaglio tecnico e culturale che permette loro di intraprendere qualsiasi percorso formativo ulteriore post laurea o richiesto dal contesto lavorativo in cui sono inseriti.

Ciò in quanto - secondo quanto ampiamente sviluppato nel descrittore "Autonomia di giudizio", cui si rinvia integralmente per la descrizione dei contenuti del Corso - i laureati hanno sviluppato competenze, acquisito saperi e fatto esperienze sia di carattere teorico-sostanziale, sia di carattere metodologico, sia di carattere relazionale, sia di carattere applicativo, verificate progressivamente durante l'intero percorso accademico attraverso le prove di esame, il confronto con i docenti e la redazione della tesi di laurea.

L'acquisizione progressiva dell'insieme di queste competenze fonda una capacità di apprendimento del laureato precisa e flessibile, che associa alla solidità teorica un crescente grado di competenza applicativa nel settore delle culture digitali.

Durante lo stage lo studente si sarà sollecitato ad applicare in maniera autonoma

le conoscenze già possedute.

I contenuti degli insegnamenti (così come in concreto delineati nei programmi d'insegnamento) e l'articolazione del percorso di studi (che lascia ampio spazio ad una vasta offerta di laboratori applicativi, all'esperienza dello stage e ad una prova finale in cui si saggia, mentre progredisce, l'autonomia e la maturità del laureando) conducono, pertanto, i nostri laureati a sviluppare la capacità di operare sia individualmente che in gruppo, la capacità di progettare la propria ulteriore formazione professionale e culturale adeguata al contesto in cui operano, la capacità di utilizzare con pertinenza le fonti di ricerca bibliografica e di armonizzare, integrandoli, i punti di vista delle differenti discipline.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

09/05/2022



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

22/01/2021

Lo studente sceglie la materia in cui svolgere la propria tesi tra quelle presenti all'interno del proprio curriculum di studio ed è tenuto a concordare, almeno un anno prima della discussione della tesi, i relativi contenuti con un docente che funge da relatore.

La prova finale consisterà in un elaborato scritto (tesi di laurea magistrale) che dimostri la padronanza degli argomenti specifici del percorso formativo, la capacità di operare in modo autonomo ed anche di usare una metodologia adeguata. Tale elaborato sarà poi presentato e discusso davanti alla commissione di laurea che valuterà la prova finale, tenendo conto del curriculum dello studente, dell'elaborato e della discussione.

Dato il ruolo formativo importante della prova finale, la tesi di laurea magistrale prevede il conferimento di 14 CFU.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

07/05/2024

La Commissione giudicatrice valuta la prova finale, tenendo conto del curriculum dello/a studente/essa, dell'elaborato e della discussione. La votazione è espressa in cento decimi, con eventuale attribuzione della lode.

La prova si intende superata con una votazione minima di 66/110. Alla prova finale, la Commissione può assegnare da 0 a

8 punti, a cui si possono aggiungere fino a 2 punti (per un totale di massimo 10 punti), di cui un punto se il/la candidato/a si laurea in corso e un altro punto se il/la candidato/a ha ottenuto più di tre lodi.

Le indicazioni sul metodo di calcolo del voto di laurea sono fornite al seguente link:

<https://www.unimc.it/it/didattica/iscrizione-e-carriera/esame-di-laurea/voto-laurea>.

Le procedure amministrative riguardanti le prove finali sono disciplinate dal Regolamento per l'amministrazione della carriera degli studenti. Le informazioni relative al calendario delle sessioni di laurea sono pubblicate all'interno del sito del Corso di Studio.

Link: http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta-didattica/esami-di-laurea_comunicazione



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: piano di studi 2024-2025 Comunicazione e culture digitali

Link: <https://www.unimc.it/it/ateneo/normativa/regolamenti-di-ateneo/regolamenti-cds-spocri/comunicazione-e-culture-digitali-lm-19-1>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/orari-lezioni

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/appelli-e-iscrizione-esami

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

http://spocri.unimc.it/it/didattica/offerta_didattica/esami-di-laurea/esami-di-laurea_comunicazione

▶ 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.	SECS-P/08	Anno di	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING link	GISTRI GIACOMO	PO	8	60	

		corso 1						
2.	IUS/10	Anno di corso 1	DIRITTO DELL' AMMINISTRAZIONE DIGITALE E DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA link	COSTANTINO FULVIO	PA	8	40	
3.	IUS/08	Anno di corso 1	DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE link			8	40	
4.	ING- INF/05	Anno di corso 1	INFORMATICA MULTIMEDIALE PER I SOCIAL MEDIA link	PAOLANTI MARINA	RD	8	40	
5.	ING- INF/05	Anno di corso 1	INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE link	PAOLANTI MARINA	RD	8	60	
6.	IUS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI DIRITTO E POLICY DEI SOCIAL MEDIA link			4	20	
7.	M- FIL/03	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE link	TIRIBELLI SIMONA	RD	4	20	
8.	ING- INF/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE link	FRONTONI EMANUELE	PO	4	20	
9.	M- PSI/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PSICOLOGIA COGNITIVA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE link	BONGELLI RAMONA	PA	4	20	
10.	M- PED/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link	CEGOLON ANDREA	PA	4	20	
11.	SECS- P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING link			4	20	
12.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 1	LETTERATURA E SCRITTURE DIGITALI link	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	8	60	

13.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING DELL'INDUSTRIA CULTURALE E DELLO SPETTACOLO link			8	40	
14.	SPS/09	Anno di corso 1	MODELLI ORGANIZZATIVI E RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA link	GUARASCIO CARMELA	RD	8	40	
15.	M-FIL/03	Anno di corso 1	Mod.a Etica dei media digitali (<i>modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI</i>) link	GIOVANOLA BENEDETTA	PO	8	40	
16.	M-PSI/05	Anno di corso 1	Mod.b Psicologia dei media digitali (<i>modulo di PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI</i>) link	BONGELLI RAMONA	PA	6	40	
17.	M-FIL/03 M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA ED ETICA DEI MEDIA DIGITALI link				14	
18.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E PUBBLICITARIA link			8	40	
19.	L-ART/06	Anno di corso 2	BRAND STORYTELLING link			8		
20.	L-ART/06	Anno di corso 2	CINEMATOGRAFIA DIGITALE link			8		
21.	IUS/08	Anno di corso 2	DIRITTO DELLA DATA GOVERNANCE link			8		
22.	IUS/08	Anno di corso 2	DIRITTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI E DELLA PRIVACY link			8		
23.	SECS-P/02	Anno di corso 2	ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE link			8		
24.	SPS/07	Anno di	ETNOGRAFIA DIGITALE link			8		

		corso 2			
25.	ING- INF/05	Anno di corso 2	INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE link		8
26.	IUS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI DIRITTO E POLICY DEI SOCIAL MEDIA link		4
27.	M- FIL/03	Anno di corso 2	LABORATORIO DI ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE link		4
28.	ING- INF/05	Anno di corso 2	LABORATORIO DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE link		4
29.	M- PSI/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PSICOLOGIA COGNITIVA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE link		4
30.	M- PED/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE EFFICACE link		4
31.	SECS- P/08	Anno di corso 2	LABORATORIO IN DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING link		4
32.	SPS/04	Anno di corso 2	LABORATORIO PERMANENTE DI MASS MEDIA E POLITICA link		4
33.	SPS/08	Anno di corso 2	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E PUBBLICITARIA link		8
34.	M- STO/04	Anno di corso 2	STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI link		8

▶ QUADRO B4 | Aule

Descrizione link: Le aule presso altre Sedi sono condivise con altri Dipartimenti in Ateneo

Link inserito: <https://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: I Laboratori multimediali presenti al Polo Pantaleoni assegnate al CdS sono condivise con altri Dipartimenti in Ateneo

Link inserito: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Descrizione link: collegamento alla pagina web strutture sito del Dipartimento SPOCRI

Link inserito: <http://spocri.unimc.it/it/didattica/strutture/aule-laboratori-biblioteche>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Descrizione link: Il Corso di studi si avvale delle strutture interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo

Link inserito: <https://biblioteche.unimc.it/it>

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli Studenti e l'Ufficio Infopoint e Benessere dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in ingresso in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

Le principali azioni di orientamento in ingresso sono

Orientamento informativo:

- Infopoint - servizio di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza interessata ad acquisire informazioni per la scelta del corso;
- Welcome point matricole - servizio di informazione telefonica, attivo tutto l'anno, che fornisce anche supporto operativo allo svolgimento delle procedure di immatricolazione e rinnovo dell'iscrizione;
- Sito web di Ateneo - sezione dedicata alle informazioni utili per gli studenti.

Orientamento alla scelta:

07/05/2024

- Laboratorio "Non solo Hard Skills: le competenze trasversali come bussole per l'orientamento" – laboratorio di introduzione alle principali soft skills come validi strumenti da utilizzare per intraprendere scelte autonome e consapevoli in ambito universitario e lavorativo, realizzato dall'ufficio Orientamento e Servizi agli Studenti;
- Seminari teorico-pratici in chiave di Life Coaching a cura del Life Coach;
- Open Day - giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo, di norma una a luglio e l'altra ad agosto, che danno agli studenti la possibilità di incontrare i docenti dei singoli corsi e i senior tutor di Ateneo per avere informazioni generali sui servizi e sulle modalità di iscrizione;
- Saloni e fiere di orientamento - partecipazione a saloni e fiere di orientamento per diffondere in maniera capillare l'offerta formativa dell'Ateneo, modulata in base ai diversi target da raggiungere;
- Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) – servizio di accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o disturbi specifici dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel contesto accademico, didattico e sociale. In particolare, i servizi proposti sono:
 - tutorato specializzato – svolto da professionisti reclutati con apposito bando ogni anno per svolgere attività di supporto allo studio e intermediazione con i docenti;
 - tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano gli studenti con disabilità/DSA a lezione;
 - tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano gli studenti con disabilità/DSA nello studio;
 - attrezzature informatiche – sono offerte in comodato d'uso su richiesta specifica.

INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDIO

È disponibile un servizio di consulenza e orientamento offerto sia dal Senior Tutor, dal personale tecnico-amministrativo referente per il corso di studio, nonché dai delegati all'orientamento del dipartimento i cui contatti sono presenti nel sito istituzionale del dipartimento (<http://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento>).

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

07/05/2024

L'Ufficio Orientamento e Servizi agli Studenti e l'Ufficio Infopoint e Benessere dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti, curano la progettazione, l'organizzazione e la gestione delle attività di orientamento in itinere in stretta collaborazione con i Dipartimenti.

Le principali azioni di orientamento in itinere sono:

- Tutorato in Itinere: specifiche azioni rivolte agli studenti iscritti, finalizzate a ridurre e monitorare i fenomeni di abbandono. In particolare: servizio di supporto tramite docenti tutor e senior tutor; seminari sul collegamento tra corsi di studio e sbocchi professionali e sulla esperienza di stage;
- Sistema integrato per il benessere degli studenti: Sportello di ascolto per la presa in carico del bisogno dello studente e assegnazione ad uno dei seguenti servizi del sistema:
 - consulenza orientativa - individuale o di gruppo, per sostenere gli studenti nel momento di difficoltà e per un loro eventuale ri-orientamento;
 - life coach - per sostenere gli studenti durante il percorso universitario, per aiutarli ad affrontare esami, problemi di ansia, ecc. (casi di dispersione universitaria, fuori corso, blocchi);
 - consulenza psicologica – per sostenere gli studenti nei casi di difficoltà psicologica/esistenziale o fragilità emotiva;
 - servizi territoriali socio-sanitari – per gli studenti che necessitano di un intervento protratto nel tempo e strutturato (rischio suicidio, dipendenze, ecc.).
- Servizio per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA): supporto agli studenti con disabilità o con disturbi dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'integrazione nel contesto accademico, didattico e sociale. In particolare i servizi offerti sono:

- tutorato specializzato – svolto da professionisti che supportano lo studente con disabilità/DSA nello studio e fanno da tramite con i docenti;
- tutorato alla pari – prendi-appunti – svolto da studenti part-time che affiancano lo studente con disabilità/DSA a lezione (in presenza o online);
- tutorato alla pari – disciplinare – svolto dagli studenti della Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, da volontari del Servizio civile nazionale o senior tutor che affiancano lo studente con disabilità/DSA nello studio;
- attrezzature informatiche e software in comodato d'uso agli studenti con disabilità/DSA dietro richiesta specifica.
- Consulenza orientativa specializzata per studenti con disabilità o disturbi specifici dell'apprendimento (DSA) - dopo la prima fase di presa in carico degli studenti, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi e per assicurare la corretta prosecuzione degli studi;
- Percorsi di formazione per l'acquisizione di competenze trasversali e rilascio di open badge, attraverso la piattaforma BESTR, agli studenti partecipanti.

Il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) – cla.unimc.it – offre i seguenti servizi sulla scorta dell'a.a. 2023/2024:

- esercitazioni di lingua araba, cinese, francese, inglese, spagnola, russa, tedesca e italiano L2, tenute da esperti linguistici madrelingua, e, Lis (Lingua dei segni italiana) tenute da esperti;
- moduli finalizzati all'apprendimento di abilità linguistiche particolari quali: arabo egiziano, arabo per i media, francese accademico e digital humanities, francese medico, Lingua francese: linguaggio specialistico per le professioni legali, Understanding political discourse, inglese economico-finanziario, Creative writing, Lingua inglese: linguaggio specialistico per le professioni legali, English reading and writing skills for professional and academic purposes, linguaggio politico russo, traduzione letteraria RU>IT, spagnolo museale, spagnolo per il Web, Introduzione al linguaggio giuridico tedesco, La lingua tedesca va in scena: tradurre per il teatro;
- corsi di preparazione al conseguimento delle certificazioni linguistiche internazionali di lingua francese, inglese, tedesca, italiana e spagnola tenuti da formatori madrelingua, con un costo agevolato a carico degli studenti.

INIZIATIVE SPECIFICHE DEL CORSO DI STUDIO

Per tutti gli studenti iscritti alla laurea magistrale LM-19 è disponibile un servizio di orientamento in itinere offerto sia dal Senior Tutor, dal personale tecnico-amministrativo referente per il corso di studio, nonché dai delegati all'orientamento del dipartimento (<https://spocri.unimc.it/it/didattica/servizi-alla-didattica/orientamento-in-itinere>).

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/orientamento>



QUADRO B5

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

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEEO

07/05/2024

L'Ufficio Offerta formativa, Qualità e Accreditamento dell'Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti assiste studenti ed enti ospitanti nelle procedure di attivazione di stage e tirocini curriculari sia in Italia sia all'estero, compresi i tirocini svolti in convenzione con la Fondazione CRUI presso strutture ministeriali e ambasciate.

L'Ufficio Valorizzazione della Ricerca, ILO e Placement dell'Area Ricerca assiste i neolaureati e i dottori di ricerca nell'attivazione di tirocini extracurriculari sia in Italia che all'estero. I laureati possono consultare le offerte di tirocinio pubblicate nella bacheca online "Offerte di lavoro" o individuare autonomamente un'azienda, anche all'estero. L'Ufficio garantisce il supporto informativo e amministrativo per la stipula delle convenzioni in riferimento anche alla normativa dei paesi esteri ospitanti.

Nel biennio 2024-2025 l'Ufficio si occuperà inoltre dell'attivazione di tirocini extracurriculari presso le cancellerie degli Uffici Giudiziari della Regione Marche, di cui all'Avviso Pubblico emanato con Decreto del Dirigente del Settore Servizi per l'Impiego e Politiche del Lavoro n.709 - PR Marche FSE+ 2021/2027 Asse Occupazione, OS 4.a (5) - Campo di intervento 134.

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione è il punto di riferimento degli studenti e dei neolaureati che

intendono fare un'esperienza di formazione, stage/tirocinio in Europa o in Paesi extraeuropei. L'Ufficio coordina: il sottoprogramma europeo Erasmus+, mobilità per Traineeship (tirocini per studenti iscritti e neolaureati), il programma per lo svolgimento di tirocini in Paesi extraeuropei. L'Ufficio fornisce assistenza informativa e amministrativa prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno. Eroga inoltre le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi relativi allo stage/tirocinio effettuato dagli studenti in corso di iscrizione.

ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio è stata confermata la nomina sia dei tutor accademici per aree disciplinari, sia del delegato al placement.

I primi debbono validare la coerenza del progetto formativo sottostante lo stage con gli obiettivi formativi del corso di studio al quale lo studente è iscritto, nonché la qualità dell'esperienza di stage attraverso il monitoraggio annuale dei questionari compilati da stagisti e aziende ospitanti insieme al delegato al placement. Allo stesso tempo, i tutor accademici rappresentano una figura di raccordo tra le aziende e gli studenti. Infatti, sono i tutor a segnalare i nominativi delle aziende che manifestano interesse per l'inserimento di stagisti provenienti dal corso in Comunicazione e culture digitali. Nello specifico, l'azienda viene invitata a stipulare la convenzione con l'Ateneo attraverso l'ufficio stage nel caso in cui non sia già un'azienda partner.

La lista dei tutor accademici del corso di laurea LM-19 (pubblicata nel sito di Dipartimento alla pagina: <https://spocri.unimc.it/it/didattica/stage-e-tirocini>) è la seguente:

- prof. Andrea Rondini per l'area della comunicazione culturale scritta (case editrici e testate giornalistiche);
- prof. Anton Giulio Mancino per l'area della comunicazione culturale visiva (enti museali e cinematografici);
- prof. Giacomo Gistri per l'area della comunicazione commerciale (imprese, agenzie di comunicazione);
- prof.ssa Valeria Quaglia per l'area della comunicazione istituzionale (amministrazione pubblica e risorse umane);
- prof. Simone Calzolaio per l'area giuridica (privacy ed e-commerce);
- prof.ssa Marina Paolanti per l'area della comunicazione multimediale ed informatica.

Il delegato al placement, prof. Andrea Cegolon, invece, svolge una funzione di collegamento tra studente e tutor accademici. È il delegato al placement, infatti, ad indirizzare lo studente verso il tutor accademico dell'area disciplinare pertinente con la proposta di stage. Allo stesso, inoltre, spetta il monitoraggio annuale dei questionari degli stage compilati dagli studenti in itinere in via facoltativa e, obbligatoriamente, alla fine dello stage.

Descrizione link: Stage e Tirocini

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/didattica/stage-e-inserimento-lavorativo>



QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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

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

L'Ufficio Politiche per l'internazionalizzazione dell'Area Internazionalizzazione cura i progetti di collaborazione internazionale, gli accordi di cooperazione bilaterali e multilaterali e i relativi allegati per la mobilità outbound, con particolare riferimento ai rapporti internazionali con istituzioni accademiche ed enti di alta formazione extra-UE, oltre a

fornire supporto e consulenza ai Dipartimenti per l'attivazione di progetti relativi a titoli doppi/multipli con università estere.

L'Ufficio Mobilità internazionale dell'Area Internazionalizzazione cura le relazioni con gli Atenei partner del Programma Erasmus+ e i progetti di mobilità di uno o due semestri (ovvero per gli studenti che poi convalideranno il proprio percorso formativo a Macerata), sia per il conseguimento di titoli congiunti (ovvero per gli studenti che otterranno un titolo legalmente valido in tutti i paesi di provenienza degli atenei partner).

L'Ufficio gestisce il programma Erasmus+ e vari programmi di scambio basati su accordi bilaterali con Atenei partner. Ha in attivo più di 400 accordi Erasmus con Atenei Europei. In questo caso la figura del Delegato Erasmus di Dipartimento fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero.

Per quanto riguarda invece la mobilità extra-Erasmus, l'Ufficio si relaziona con Università dislocate in Australia, Canada, Cina e Stati Uniti. In tutti gli accordi per la mobilità internazionale, l'Ufficio coordina la selezione dei beneficiari, in collaborazione con i docenti referenti degli accordi e con il Delegato Erasmus di Dipartimento, e fornisce assistenza prima della partenza, durante il soggiorno e al ritorno; eroga le borse di mobilità e collabora nell'attività di convalida dei crediti formativi (CFU/ECTS) e degli esami svolti durante il periodo di mobilità internazionale. In questo caso la figura del Referente degli accordi di cooperazione extra-Erasmus fornisce agli studenti il supporto necessario per la definizione delle attività didattiche da svolgere all'estero, sempre in collaborazione con i docenti referenti degli accordi e con il Delegato Erasmus di Dipartimento.

Iniziative del Corso di Studio

Il corso di studio LM-19 fornisce informazioni e assistenza tramite la Delegata Erasmus (la prof.ssa Laura Salvadego, <https://docenti.unimc.it/laura.salvadego>), che è il punto di riferimento per la didattica nell'ambito della mobilità internazionale degli studenti in ingresso e in uscita. In particolare, la docente Delegata supporta gli studenti nello stabilire il piano degli studi, nel concordare, se del caso d'intesa con i docenti della disciplina, le equivalenze didattiche per gli studenti outgoing e, in generale, nel supporto agli studenti incoming e outgoing. A questo fine la Delegata stabilisce un ricevimento settimanale, in presenza o online, dedicato a questa attività. Gli studenti in mobilità hanno inoltre la possibilità di ricevere assistenza e documentazione in ogni momento via email. Al momento della pubblicazione dei bandi di candidatura, il CRI organizza un ERASMUS DAY. La Delegata Erasmus organizza inoltre due incontri all'anno (uno a semestre) specificamente rivolti agli studenti vincitori di una borsa di mobilità Erasmus+ per fornire puntuali indicazioni in merito alle modalità di predisposizione del Learning Agreement. All'incontro partecipa anche un membro dell'Ufficio mobilità per fornire ogni chiarimento di natura amministrativa.

Descrizione link: Accordi Erasmus ed extraeuropei

Link inserito: <http://iro.unimc.it/it/accordi-intern/universita-partner>

Nessun Ateneo



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

ATTIVITÀ A LIVELLO DI ATENEO

29/05/2024

Le attività di accompagnamento dei laureati al mondo del lavoro vengono gestite dall'Ufficio Valorizzazione della Ricerca ILO e Placement dell'Area Ricerca. In particolare sono offerti i seguenti servizi:

- a) servizio informazioni su tirocini extracurricolari, placement, orientamento al lavoro, incontri con aziende, ecc.;
 - b) pubblicazione di offerte di tirocinio/lavoro – l'Ufficio pubblica nella bacheca online "Offerte di lavoro" tutte le offerte di tirocinio/lavoro provenienti dalle aziende. I laureati possono aderire ad una delle offerte pubblicate o individuare autonomamente un'azienda. L'Ufficio garantisce, in tal caso, supporto per l'attivazione del tirocinio extracurricolare;
 - c) Career day - appuntamento annuale in cui laureandi e laureati possono sostenere colloqui individuali di selezione con i manager o i responsabili delle Risorse Umane delle aziende del territorio che hanno posizioni aperte, inviare il proprio curriculum e partecipare alle presentazioni aziendali. Per l'anno 2024 sarà attivata in via sperimentale un'edizione primaverile dedicata al settore del fashion. Durante l'evento sono organizzati workshop di formazione dedicati:
1. alle aziende e focalizzati sulle opportunità degli strumenti di inserimento lavorativo (tirocini, apprendistati, dottorati

eureka, bandi, agevolazioni fiscali, tendenze del mercato del lavoro ecc.) al fine di accrescere la percezione dell'importanza dell'inserimento di laureati nel proprio organico e della qualità dei laureati dell'Ateneo;

2. ai laureandi e laureati focalizzati su tematiche quali: come scrivere un curriculum, come affrontare un colloquio di selezione, come sviluppare competenze trasversali, ecc;

d) pubblicazione del curriculum - attraverso la piattaforma Almalaurea i laureandi e i laureati possono pubblicare sul sito web il proprio curriculum, aggiornarlo costantemente per essere visibili a potenziali datori di lavoro, oltre a candidarsi per le offerte di lavoro sia tramite il canale Almalaurea sia tramite il sito di Ateneo;

e) tirocini extracurricolari – l'Ufficio si occupa delle procedure inerenti l'attivazione dei tirocini extracurricolari che i laureati, i dottori di ricerca o coloro che hanno conseguito un titolo di studio accademico post laurea, possono attivare in Italia o all'estero. Nel biennio 2024-25 l'Ufficio si occuperà inoltre dell'attivazione di tirocini extracurricolari presso le cancellerie degli Uffici Giudiziari della Regione Marche, di cui all'Avviso Pubblico emanato con Decreto del Dirigente del Settore Servizi per l'Impiego e Politiche del Lavoro n.709 - PR Marche FSE+ 2021/2027 Asse Occupazione, OS 4.a (5) - Campo di intervento 134;

f) percorso di formazione e orientamento al lavoro dal titolo 'La formazione umanistica in ambito aziendale', realizzato in collaborazione con l'Istituto Adriano Olivetti (ISTAO) di Ancona, consistente in un ciclo di incontri con esperti aziendali (manager e consulenti) su tematiche come l'orientamento alle professioni, il valore del team working ecc., per preparare laureandi e laureati ad affrontare il mondo del lavoro in maniera consapevole ed efficace, mettere a fuoco i propri punti di forza, obiettivi e aspettative e confrontarsi con le esigenze di imprese e mondo del lavoro; le tematiche affrontate sono le seguenti:

1. come affrontare un colloquio di lavoro;
2. storytelling e public speaking;
3. personal branding e web reputation;
4. quali sbocchi in azienda per i vari tipi di laurea;
5. quali sono le professioni emergenti;
6. come sta cambiando il mondo del lavoro;
7. sperimentare il lavoro in team;
8. negoziazione e leadership;
9. fiscalità e norme dei contratti di lavoro.

g) Entrepreneurial Minds - percorso formativo per stimolare e sviluppare la creatività e l'attitudine all'innovazione degli studenti e delle studentesse, dei laureati e delle laureate con particolare riguardo allo sviluppo di competenze trasversali e alla sperimentazione di nuove procedure in grado di sostenere l'autoimprenditorialità e il collegamento tra la formazione ricevuta e le attività di impresa. I partecipanti vengono coinvolti nell'elaborazione di un'idea di impresa/business/policy, lavorando in gruppi multidisciplinari. L'idea di business viene arricchita ed alimentata durante il percorso formativo, per essere poi presentata e discussa alla conclusione del corso.

h) Job Talks - coordinamento di iniziative laboratoriali, sviluppate in collaborazione con i Dipartimenti, incentrate sui temi delle competenze trasversali, con testimonianze di referenti aziendali e di responsabili delle risorse umane. Gli obiettivi dei Job Talks interattivi sono molteplici: evidenziare le competenze per il lavoro del futuro, offrire tecniche di presentazione efficace nel mondo del lavoro e illustrare le attuali metodiche di reclutamento assistite dall'intelligenza artificiale.

i) Career Service - sviluppo di un nuovo career service, nell'ambito dell'ufficio Ilo e Placement, funzionale alla crescita del dialogo con imprese e istituzioni per offrire agli studenti e alle studentesse, nella fase di costruzione della propria carriera, strumenti di sviluppo di competenze trasversali, di valorizzazione delle capacità individuali e di supporto a una costruttiva conciliazione delle prospettive professionali con il benessere personale.

ATTIVITÀ DEL CORSO DI STUDIO

A livello di corso di studio, si è mantenuta la buona prassi, già avviata da alcuni docenti del CdS, di organizzare seminari su temi attinenti al mondo del lavoro. A questi incontri hanno preso parte sia docenti dei nostri corsi di laurea, sia docenti di altri Atenei, come pure rappresentanti del mondo del lavoro. L'obiettivo di questi incontri è quello di consentire agli studenti, grazie all'interazione con i docenti e gli stessi stakeholder, di sperimentare direttamente lo stretto legame sussistente fra attività didattica impartita e dinamiche lavorative. Tra gli incontri organizzati si menzionano:

- 13/10/23: Barbie – Imagine the Possibilities. Relatrice: Anna Laura Siracusa, Head of Marketing & Digital, Mattel Italy.

Promotori: Prof. Gistri, Prof.ssa Macari

- 18/10/23: Ironia q.b. | La case history Eridania tra zucchero e TikTok. Relatrice Laura Montanari, Copywriter e social media manager Xplace Digital Agency. Promotore: Prof. Gistri.

- 23/10/2023: L'energia delle storie. Relatore: Davide Damiani, Relazioni esterne e Sales Promotion, Repower Italia.

Promotrice: Prof.ssa Macari

- 25/10/2023: L'importanza della SEO per la visibilità online ai tempi di CHATGPT. Relatore Gianpiero Spelozzo, SEO Specialist, Get Response. Promotore: Prof. Gistri.
- 30/10/2023: In viaggio con lo storytelling. Relatore: Andrea Silva, PR & Communication Manager - BMW Motorrad Italia. Promotrice: Prof.ssa Macari
- 17/11/23: Strategie di intrattenimento tra storytelling e campagne di marketing. Relatore Stefano Calcagni, Head of Marketing, Nintendo Italy. Promotori: Prof. Gistri, Prof.ssa Macari
- 07/05/2024: Visita aziendale Tod's. Promotrice: Prof.ssa Paolanti
- 20/05/2024: Seminario con Il Faro su AI a supporto dei soggetti fragili. Promotrice: Prof.ssa Paolanti
- 21/05/2024: Seminario XR con Deep Reality. Promotrice: Prof.ssa Paolanti
- 22/05/2024: Seminario FashionAI con Future Fashion. Promotrice: Prof.ssa Paolanti

Descrizione link: servizio placement

Link inserito: <https://www.unimc.it/it/lavoro-territorio>



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Nel corso dell'anno accademico 2023/24, sono stati organizzati numerosi seminari formativi, eventi culturali ed incontri con professionisti, con l'obiettivo di creare occasioni di confronto e approfondimento su temi interdisciplinari e di rilevanza nel settore della comunicazione. La maggior parte di tali iniziative prevede l'attribuzione di crediti formativi per gli studenti, a fronte del superamento di una prova di verifica.

Per l'elenco dei seminari in cui siano stati coinvolti rappresentanti del mondo del lavoro si rimanda al Quadro B5 – Accompagnamento al lavoro (Attività del corso di studio). Per le altre iniziative formative di carattere culturale si segnalano seminari, workshop, convegni organizzati da docenti del corso di laurea che hanno previsto il coinvolgimento di ricercatori e studiosi italiani e stranieri. In particolare, tra i principali seminari rivolti al corso di laurea LM-19, si possono indicare i seguenti:

18/04/2024-24/05/2024: Laboratorio Trasformazione Digitale, organizzato dalle Proff. Benedetta Giovanola, Marina Paolanti e Simona Tiribelli. Il laboratorio sulla transizione digitale ha l'obiettivo di offrire agli studenti un percorso formativo innovativo, interdisciplinare e intersettoriale sul tema per fornire le competenze necessarie per affrontare le sfide del digitale e dell'intelligenza artificiale.

25/03/2024-07/05/2024: ciclo di seminari dedicati alla storia contemporanea. Di seguito il dettaglio dei seminari:

- 25/03/2024: seminario su "Cospirazioni, complotti e l'avvento dell'apocalisse: dal passato a oggi". Relatori: Fabio Dei (Università di Pisa), Mario Del Pero (Centre d'Histoire, Sciences Po, Parigi), Lorenzo Urbano (La Sapienza Università di Roma), Martino Rossi Monti (Università di Zagabria), Alessia Fusilli De Camillis (Università degli Studi "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara), Angelo Ventrone (UniMC);

- 08/04/2024: Presentazione di due volumi, "Storia della Democrazia cristiana 1943-1993" di Guido Formigoni, Paolo Pombeni, Giorgio Vecchio (il Mulino, 2023) e "Sorvegliata speciale. Le reti di condizionamento della Prima repubblica" di Enzo Scotti (Rubbettino, 2023). Ne discutono con Angelo Ventrone e Alessandro Forlani gli Autori Guido Formigoni, Università cattolica del Sacro Cuore, Milano, Enzo Scotti, già Ministro della Repubblica Italiana;

- 09/04/2024: incontro Autori e narrazioni della Strategia della tensione: l'esperienza de "Il buco nero". Relatori: Flavio Tranquillo, giornalista, prof. Angelo Ventrone;

- 15/04/2024: seminario "La galassia stragista: destra eversiva, apparati dello Stato, attori internazionali, criminalità organizzata e logge massoniche deviate". Relatori: Paolo Bolognesi, Presidente Associazione familiari delle vittime della strage di Bologna; Piera Amendola, già Responsabile dell'Archivio della Commissione parlamentare sulla P2; Andrea Speranzoni, Avv. difensore delle vittime della strage del 2 agosto 1980;

- 23/04/2024: incontro "La Strategia della tensione: verità storica e verità giudiziaria". Relatori: Francesco Maria Caruso, già Presidente del Tribunale di Bologna, prof. Angelo Ventrone;

- 29/04/2024: Presentazione del volume "Nessuna pietà: Andreotti, Cossiga e la linea della fermezza" di Antonio Cornacchia, Generale dei Carabinieri (Curcio, 2023). Ne discute l'Autore con Angelo Ventrone;

- 07/04/2024: incontro "Terrorismo di destra e di sinistra giustizia e verità". Relatori: Guido Salvini, già magistrato presso il

Tribunale di Milano dialoga con Angelo Ventrone;

11/03/2024-04/04/2024: laboratorio didattico "Diversity and Inclusion Management". Il laboratorio è volto a fornire competenze teoriche e pratiche nelle varie aree della gestione delle differenze all'interno delle organizzazioni. Le lezioni del laboratorio sono tenute da Nicolò Ingarra, Natascia Mattucci, e Alessio Panaggio;

Dal 17/02/2024 al 14/05/2024: Laboratorio permanente di Mass media e Politica. Il laboratorio si propone di fornire gli strumenti critici per analizzare la comunicazione istituzionale ed extraistituzionale, fornire una mappa delle fonti primarie da cui attingere informazioni, fornire gli strumenti per scrivere ed analizzare un testo su tematiche politiche e fornire strumenti per progettare un blog su tematiche politiche. Organizzato dai Proff. Luca Lanzalaco e Selena Grimaldi;

15/03/2024-04/05/2024: Corso "Genere, Politica, Istituzioni". Il corso intende fornire un insieme di conoscenze e competenze, di ordine teorico e pratico, che riguardino la sfera politico-istituzionale e sociale, anche nei profili innovativi come quelli delle nuove tecnologie digitali e dell'impatto delle politiche sui soggetti, riducendo disparità e contrastando le discriminazioni. Docenti responsabili: Natascia Mattucci (Unimc), Ines Corti (Unimc). Di seguito il dettaglio dei seminari:

- 15/03/2024: seminario "Intraprendere gli studi di genere oggi in Italia", relatrice: Francesca Romana Recchia Luciani (università di Bari); seminario "Genere e politica: comprendere la leadership", relatrice Natascia Mattucci, (Università di Macerata);

- 16/03/2024: seminario "Diritto e diritti delle donne: Neutralità della norma e analisi di genere", relatrice: Ines Corti (Università di Macerata); seminario "Al cuore della nazione americana: dal Black Feminism all'intersezionalità", relatrice: Paola Persano (Università di Macerata);

- 22/03/2024: seminario "Vulnerabilità e intersezionalità, un framework per la giustizia riparativa. La giurisprudenza IACHR", relatore: Alessio Panaggio (Università di Bari); seminario "Parità di genere e partecipazione democratica nell'accademia italiana. Politiche, pratiche e persone", relatrice: Carmela Guarascio (Università di Macerata);

- 23/03/2024: seminario "Tra vita pubblica e vita privata: come l'accesso per le donne alla politica nelle istituzioni rappresentative regionali continui ad essere difficile", relatrice: Selena Grimaldi (Università di Macerata); seminario "Stupri di guerra: la voce delle donne. Percorsi letterari", relatrice: Carla Carotenuto (Università di Macerata);

- 05/04/2024: seminario "L'infantilismo violento: riflessioni scomode sul maschile", relatore: Cristiano Maria Bellei (Università di Urbino, Carlo Bo); seminario "Donne pubbliche. La prostituzione tra fascismo e repubblica", relatrici: Annalisa Cegna (Università di Macerata), Liliosa Azara (Università di Roma Tre);

- 06/04/2024: seminario "Dallo harim alle piazze: percorsi di emancipazione femminile nel mondo arabo", relatrice: Mariangela Masullo (Università di Macerata); seminario "Le violenze contro le donne basate sul genere: la violenza sessuale e gli strumenti giuridici di contrasto", relatrice: Milli Virgilio (Università di Bologna);

- 12/04/2024: seminario "Anna Kuliscioff: medicina, politica e diritti delle donne", relatore: Thomas Casadei (Università di Modena e Reggio Emilia); seminario "Uguaglianza e rappresentanza politica", relatrice: Anna Lorenzetti (Università di Bergamo);

- 13/04/2024: seminario "La sfida climatica è una questione di genere? Prospettive eco-femministe", relatrice: Arianna Porrone (Fondazione Cariplo); seminario "Diritto e famiglie arcobaleno", relatore: Vincenzo Miri (Foro di Roma, Rete Lenford);

- 19/04/2024: seminario "Autoritarismo ed etorosessismo benevolo", relatore: Vincenzo Bochiccio (Università della Calabria); seminario "Strumenti di rendicontazione di genere come motori di cambiamento nelle istituzioni", relatrice: Tindara Addabbo (Università di Modena e Reggio Emilia);

- 20/04/2024: seminario "La sfida della migrazione climatica: una questione di giustizia di genere", relatrice: Susana Borrás (Universidad Rovira i Virgili); seminario "I linguaggi d'odio e la rappresentazione della violenza", relatrice: Julia Ponzio (Università di Bari);

- 03/05/2024: seminario "Uno sguardo intersezionale nelle metamorfosi del lavoro: tra mutamento di diritti, politiche e intermediazione", relatore: Nicolò Maria Ingarra (Università di Macerata); seminario "Il sistema di presa in carico della donna vittima di violenza: sostegno e lavoro sul trauma", relatrici: Valeria Pasqualini (Ambito Territoriale Sociale N.15), Margherita Carlini (Psicoterapeuta e Criminologa Forense)

- 04/05/2024: seminario "Genere e destra radicale populista", relatrice: Alessia Donà (Università di Trento); seminario "Oltre l'inetto: la rappresentazione della mascolinità nel cinema italiano del secondo dopoguerra", relatore: Federico Zecca (Università di Bari);

- 10/05/2024: seminario "I nostri corpi, i loro campi di battaglia: quando lo stupro diventa un'arma di guerra", relatrice: Lucia Botti (Università di Macerata); seminario "Riparazioni per violenze sessuali nei conflitti armati: una prospettiva di diritto internazionale", relatrice: Rachele Marconi (Università di Cagliari);

- 11/05/2024: seminario "Violenza e discriminazione contro le persone LGBTQI+: nodi concettuali e costruzione di indicatori", relatore: Luca Trappolin (Università di Padova); seminario "Dalla salute all'autodeterminazione: la normativa sull'aborto in Italia e in Spagna", relatrici: Ines Corti (Università di Macerata), Alicia Rivas Vañó (Università Pablo de

Olavide);

- 24/05/2024 giornata conclusiva a cura di: Barbara Pezzini (Università di Bergamo).

Marzo - maggio 2024: Laboratorio "Entrepreneurial Mind". Il Laboratorio propone un percorso formativo interdisciplinare con l'obiettivo di stimolare la competenza imprenditoriale e preparare gli studenti alla creazione d'impresa (<https://new.unimc.it/it/lavoro-territorio/laboratorio-entrepreneurial-minds>).

04/12/2024 - 27/06/2024: "Laboratorio teatrale Unimc". Laboratorio aperto a tutti gli studenti, volto a offrire un percorso formativo per sviluppare leadership e teamworking attraverso il teatro (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/laboratorio-teatrale.-open-day-e-adesioni-online>);

23/11/2023: "La Morte di Giulia Cecchettin e la Violenza di Genere". Evento volto a offrire un momento di riflessione sul tema della violenza di genere, in occasione della celebrazione della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne (<https://spocri.unimc.it/it/site-news/la-morte-di-giulia-cecchettin-e-la-violenza-di-genere>);

06/11/2024: Lectio Magistralis a inaugurazione dei corsi a.a. 2023-2024 della Presidente della Corte Costituzionale, Prof.ssa Silvana Sciarra, sul tema delle Corti e del diritto europeo, della centralità della persona e dei diritti umani.

07/11/2024: due eventi, di cui il primo "Intelligenza Artificiale e Società", relatori Luca di Camillo, Luxottica - Carlo De Santis, Lega del Filo d'Oro - Marcello Naldini, IL Faro Sociale - Paola Marchegiani, Regione Marche - Andrea Compagnucci, Arena di Verona - Luca D'Aprile, il Fatto Quotidiano; il secondo evento "Scenari Sociali nell'Era dell'Intelligenza Artificiale", tavola rotonda aperta alla cittadinanza, modera: Lorenzo Luzi, Giornalista RAI, relatori: Angelo Ventrone, Direttore SPOCRI, Cristina Fabi, GOOGLE, Paolo Misericordia, FIMMG (Federazione Italiana Medici di Medicina Generale), Diego Mazza, Gruppo TOD'S;

25/11/2024: seminario "SEO e visibilità online ai tempi di ChatGPT". Relatori: Gianpiero Spelozzo (SEO e Content Manager – GetResponse). Introduce e modera il professor Giacomo GISTRÌ;

Novembre 2023 - marzo 2024: Corso di perfezionamento interuniversitario in "Etica, Diritto, Tecnologie del Digitale". Dimensioni del rischio nell'Intelligenza Artificiale", patrocinato da Microsoft, volto a formare nuove figure professionali dotate di un solido bagaglio di conoscenze tecnologiche, etiche e giuridiche capaci di supportare le imprese e gli enti pubblici e istituzionali nel design, nello sviluppo e nella gestione degli strumenti digitali, nonché nella promozione dell'educazione digitale;

06/10/2023-28/10/2023: corsi di formazione "Lifeaddicted" rivolto a studenti/studentesse Unimc. Di seguito gli eventi:

- 06/10/2023: "UniMc per la prevenzione e la co-costruzione del benessere", relatori Natascia Mattucci, Alessio Panaggio e Nicolò Maria Ingarra;

- 20/10/2023, "Alcolismo, tossicodipendenze ed effetti sulla persona: stress e strategie di coping", relatrice Ramona Bongelli;

- 20/10/2023: "La gestione del post traumatico da stress", relatore Michele Marconi;

- 26/10/2023: "La giustizia riparativa: aspetti etici", relatore Roberto Mancini

- 27/10/2023: "Comunicazione nelle relazioni interpersonali", relatrice: Veronica Guardabassi;

- 27/10/2023: "La comunicazione giornalistica", relatrice: Alessandra Pierini (Cronache Maceratesi);

- 28/10/2023: "La giustizia riparativa: aspetti psico-sociali", relatrice: Patrizia Patrizi (Uniss);

13/10/2023-01/12/2023. ciclo di seminari teorico-pratico "Coach di me stesso". Di seguito il dettaglio de seminari:

- 13/10/2023: "Unicità, Valore e Relazioni", con Alessandro Dargenio (life coach);

- 10/11/2023: "Bisogni Umani, Espressione di Sé e Relazioni", con Alessandro Dargenio (life coach);

- 01/12/2023: "Valori Personali, Crescita e Realizzazione", con Alessandro Dargenio (life coach);

29/09/2023: due eventi in occasione della notte europea dei ricercatori. Di seguito i dettagli degli eventi:

- evento "Creatività e AI generativa", relatori Fabio Clementi, Emanuele Frontoni, Benedetta Giovanola, Sofia Pansoni, Giorgia Melchiorri, Agnese Perfetti;

- evento "Il rovescio del canone Immaginari femminili, sguardo sul presente e visioni del futuro. Relatrici: Sabrina Varani (direttrice della fotografia e regista, autrice del DOCUfilm), Paola Persano (docente SPOCRI, UniMC)

23-24/04/2024: due seminari "Introduction to Political Psychology" (data: 23.04.2024) e "Psychology of Nationalism and Fascism" (data: 24.04.2024). Introducono: Prof.ssa Arianna Fermari e Prof.ssa Ramona Bongelli; Relatore: Prof.ssa Özlem Özdeşim Subay (Università di Pamukkale), presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

19/04/2024: seminario dal titolo "Un voto per l'Europa, un voto all'Europa", promosso dal Prof. Ronald Car; con la partecipazione dei Prof. Enzo Valentini e Andrea Prontera (UNIMC), della Dott.ssa Wildad Tamini (scrittrice, La Repubblica), dei Prof. Edoardo Novelli (UNIROMA TRE), Federico Casolari (UNIBO), Sandro Guerrieri (UNIROMA La Sapienza); Angelo Ventrone (UNIMC), e delle Prof.sse Raffaella Niro, Laura Salvadego e Paola Persano (UNIMC), presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

27/03/2024: Seminario dal titolo "Artificial Intelligence, Ethics, and Sustainability", dedicato all'analisi del ruolo dei sistemi di intelligenza artificiale rispetto alle pratiche di sostenibilità nelle piattaforme digitali; Relatori: Dott.ssa Simona Tiribelli

(UNIMC), Dott.ssa Lucia Migliorelli (UNIVPM) presso il Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

6-7/12/2023: Seminario dal titolo "Dalla comunità all'individuo. Mortalità, fine vita e morte" dedicato ai temi della mortalità, della tecnica e della dignità umana; relatori: Prof.sse Jessica Piccinini e Natascia Mattucci (UNIMC) e Daniela Marchiandi (UNITO); Dott. Nicolo Maria Ingarra, Prof. Erasmo Storance (UNI INSUBRIA) ed Enrico Graziani (UNIROMA La Sapienza), UNIMC.

17/11/2023: Seminario "Strategie di intrattenimento tra storytelling e campagne di marketing", organizzato dal Prof. Giacomo Gistri; Relatori: Prof. Giacomo Gistri; Dott.ssa Sara Maccari; Stefano Calcagni (Head of Marketing Strategies, Nintendo Italy), Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

Da novembre 2023 ad aprile 2024: ciclo di seminari promossi dalla Scuola di Studi Superiori "Giacomo Leopardi" sul tema "Trasformazioni della contemporaneità. Tra spinte e resistenze" e "Vita, Natura e Artificio". Nello specifico:

- "Immaginare il futuro: la fantascienza tra letteratura e cinema", Prof. Tarkovskij Andrej A. (Regista), 17-18 novembre 2023, UNIMC;
- "Noi e il nostro cervello", Prof. Pietrini Pietro, IMT Alti Studi Lucca, 15-16 novembre 2023, UNIMC;
- "Noi, l'etica e le macchine", Prof. De Caro Mario, Università Roma 3, 21-22 febbraio 2024;
- "Naturale e artificiale", Prof. Boncinelli Edoardo, Ex Direttore della Scuola internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, 26-1° marzo 2024, UNIMC;
- "Intelligenza artificiale e diritti fondamentali", Prof.ssa Adinolfi Adelina, Prof. Longo Erik, Università di Firenze 22-23 aprile 2024, UNIMC;
- "Innovazione, sostenibilità, solidarietà: il welfare in trasformazione", Prof.ssa Maino Franca, Università di Milano 16 ottobre 2023, UNIMC;
- "Diritto dei cambiamenti climatici", Prof. Giordano Andrea Consigliere, Ministero dell'ambiente 3-4 novembre 2023, UNIMC,
- "Formazione e sviluppo del lavoratore nella società delle macchine intelligenti", Prof. Costa Massimiliano, Università di Venezia 24 novembre 2023, UNIMC;
- "Comunità e artefatti: l'analisi di rete per esplorare la scienza e l'economia", Prof. Baccini Alberto, Università di Siena 7-8 marzo 2024, UNIMC;
- "Technology as a political question ancient and modern views", Prof. Iribarren Leopoldo, EHESS Parigi, 25-26 ottobre 2023, UNIMC;
- "I classici e l'Antropocene: la letteratura contemporanea e la crisi ambientale", Prof. Bassi Shaul, Università Ca' Foscari Venezia, 12-13-14 marzo 2024, UNIMC;
- "Vivere tra "natura" e "cultura" nell'età cibernetico-digitale. Il ruolo del pensiero critico", Prof.ssa Henry Barbara, Scuola Superiore Sant'Anna, 18-19 aprile 2024, UNIMC.

14-16/11/2023: Ciclo di seminari sul tema "Universality of Human Rights" nell'ambito della XI edizione dell'Alberico Gentili Lecturers. Titoli: "Universalism and Relativism of Human Rights: History and Present Challenges" (14.11.2023), "the Role of Theories of Sovereignty, Consensus, Margin of Appreciation, and Subsidiarity in the Interpretation of Human Rights" (15.11.2023) e "Judicial Interaction in the Enforcement of Human Rights on International, Regional and National Level" (16.11.2023), relatore: PÉTER PACZOLAY, GIUDICE DELLA CORTE EUROPEA DEI DIRITTI DELL'UOMO DI STRASBURGO, UNIMC.

Da dicembre 2023 a maggio 2024: Laboratorio "La formazione umanistica in ambito aziendale". Il laboratorio, promosso da UNIMC e ISTAO (Istituto Adriano Olivetti), Scuola di formazione manageriale, offre un percorso di formazione articolato in sei incontri per riflettere insieme a esperti, manager e professionisti sulle strategie per avvicinarsi con successo al mondo del lavoro: "Saper raccontarsi e raccontare: storytelling (voce, scrittura) e public speaking", MARTA MONGIORGI (FORMATRICE/TRAINER DI COMUNICAZIONE), 14 dicembre 2023; "Comunicazione digitale consapevole: web reputation e personal branding", MARTA MONGIORGI, 18 gennaio 2024; "Quali lauree, quali competenze e per quali ruoli nell'attuale mondo del lavoro", ILARIA MARZIONI (RAINBOW); "Strumenti per entrare e crescere nel mondo del lavoro: il bilancio delle competenze", ELISABETTA SALVATI (AFORISMA), 14 marzo 2024; "Gestione delle relazioni e contestualizzazione: la negoziazione, il team, la leadership", SABRINA DUBBINI (ISTAO), 11 aprile 2024; "Contratti di lavoro: cosa è utile sapere in tema di norme e fiscalità", MARISA ABBATANTUONI (ABBATANTUONI & PARTNERS), 16 maggio 2024, UNIMC.

16-17/10/2023: Due seminari sui temi "Turkish democracy from a legal perspective" e "Turkish policy about the Russian invasion of Ukraine", tenuti dal professore Ozhan Hancilar dell'Università di Pamukkale, Dipartimento SPOCRI, UNIMC.

Da ottobre 2023 a dicembre 2023: Ciclo seminari sul tema "Razzismo e antirazzismo in Italia. Passato, memoria e presente", UNIMC, articolato nelle seguenti date.

- 24 ottobre: Udo ENWEREUZOR, "Razzismo in Italia: dalla negazione al riconoscimento. Quali prospettive di contrasto?";
- 7 novembre: Matteo PETRACCI "Partisans, Partizani, Partisaanka. Il Battaglione Mario: storia di un'esperienza di

Resistenza transnazionale”;

- 14 novembre: Eva RIZZIN, “Antiziganismo contemporaneo: simboli, pratiche, effetti”;

- 21 novembre: Francesca DE ROSA, “Attraversare l’Atlantico: femminismi Neri in Italia tra complicità e riappropriazione”;

- 5 dicembre: Michele SARFATTI “La persecuzione antiebraica dell’Italia fascista e la sua attuazione nelle università”.

Da ottobre 2023 a novembre 2023: Ciclo di seminari sul tema “Il marketing del Metaverso”, tenuti da Eliano Omar Lodesani, Fondatore di Formules e Presidente di Intesa Sanpaolo Reoco S.p.a., presso UNIMC. Date e tematiche affrontate: 18 ottobre “Realtà e percezione” e “Metaverso e realtà; 25 ottobre “Che cos’è il metaverso” e “L’evoluzione del mondo metaversico”; 15 novembre “Go-to-metaverse: casi applicativi dal punto di vista strategico” e “Passeggiata nei metaversi. Analisi delle caratteristiche delle piattaforme esistenti”; 22 novembre: “Come si costruisce un metaverso. framework, progettazione e analisi KPIs” e “Come si costruisce un metaverso. Workflow e nuove figure professionali”; 29 novembre “Metaverso per l’Università di Macerata? Workshop” e “Perché e come il metaverso cambierà il mondo”, UNIMC.



QUADRO B6

Opinioni studenti

22/09/2023

Le opinioni degli studenti sulla qualità della didattica sono oggetto di una costante analisi da parte della Presidente e dei docenti del Corso di laurea magistrale in Comunicazione e culture digitali. A cadenza annuale, il Consiglio della Classe discute i risultati dell’indagine e, ove necessario, prevede azioni di miglioramento. Questo monitoraggio consente un continuo sforzo da parte di tutte le risorse coinvolte (docenti e personale tecnico-amministrativo) per assicurare agli studenti un’esperienza di studio sempre più soddisfacente.

La qualità delle attività didattiche è valutata attraverso un’indagine che ha l’obiettivo di rilevare la soddisfazione degli studenti per ogni singolo insegnamento previsto nel proprio piano di studi. Prima di sostenere l’esame, gli studenti devono compilare un questionario volto a misurare alcuni indicatori legati all’insegnamento frequentato.

Tali indicatori riguardano: la valutazione sull’adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute (1 item: Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d’esame?); la partecipazione e il coinvolgimento nelle lezioni erogate (2 items: Con riferimento all’attività didattica selezionata, quando e in che percentuale ha frequentato le lezioni?; E’ interessato/a agli argomenti trattati nell’insegnamento?); la soddisfazione per l’organizzazione dell’insegnamento (6 items: Il carico di studio dell’insegnamento è proporzionato ai crediti assegnati?; Il materiale didattico (indicato e disponibile) è adeguato per lo studio della materia?; Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?; Gli orari di svolgimento di lezioni, esercitazioni e altre eventuali attività didattiche sono rispettati?; Le attività didattiche integrative (esercitazioni, tutorati, laboratori, etc...) sono utili all’apprendimento della materia?;

L’insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio?); la soddisfazione generale verso il docente titolare dell’insegnamento (3 items: Il docente stimola/motiva l’interesse verso la disciplina?; Il docente espone gli argomenti in modo chiaro?; Il docente è reperibile per chiarimenti e spiegazioni?). La valutazione per ogni singolo item è calcolata entro un range da 1 a 10 punti. Infine, il questionario si conclude con una domanda con risposta a scelta multipla, in cui gli studenti devono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti, volti a migliorare la qualità dell’insegnamento. Per l’anno accademico 2022-2023, i dati esaminati sono provvisori (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023). Tali dati sono messi a confronto con i dati definitivi, raccolti nell’anno accademico 2021-2022 (Fonte: Monitor Integrato di Ateneo-MIA, ultima elaborazione del 28/08/2023).

Gli indicatori presenti nel questionario compilato dagli studenti sono in primo luogo analizzati in forma aggregata, ovvero tenendo conto delle valutazioni ottenute da tutti gli insegnamenti erogati dal Corso di laurea, effettuando dei confronti sia con i risultati ottenuti nello scorso anno accademico, sia con le valutazioni medie rilevate a livello di Dipartimento e di Ateneo.

Nell’anno accademico 2022-2023, alla data del 28/08/2023, sono stati raccolti 393 questionari di valutazione degli insegnamenti erogati dal corso, di cui 215 compilati da studenti frequentanti, vale a dire da coloro che hanno frequentato almeno il 50% delle lezioni, 98 da studenti non frequentanti (non hanno frequentato, o meno del 50%), 80 da studenti

iscritti ai servizi aggiuntivi di didattica e-learning.

Rispetto al primo indicatore, inerente all'adeguatezza delle conoscenze preliminari possedute dagli studenti, nell'a.a. 2022-23, gli studenti frequentanti esprimono una valutazione media pari a 7,16, allineata al valore registrato per gli studenti non frequentanti e leggermente inferiore a quello degli studenti iscritti ai servizi e-learning (rispettivamente 7,09 e 7,69).

Riguardo agli studenti frequentanti, l'indicatore è di poco inferiore alla media di Dipartimento (7,58) e di Ateneo (7,72), così come ai valori medi riscontrati nel precedente anno accademico. Precisamente, nell'a.a. 2021-22, per gli studenti frequentanti il valore medio è stato pari a 7,71, per i non frequentanti 8,06, per gli studenti e-learning 7,98.

La partecipazione degli studenti agli insegnamenti viene misurata sia attraverso il tasso di frequenza alle lezioni, sia attraverso l'item "È interessato/a agli argomenti trattati nell'insegnamento". In merito alla frequenza delle lezioni, nell'anno accademico 2022/23 le risposte ottenute dagli studenti frequentanti rappresentano il 54,7% sul totale, quelle degli studenti non frequentanti il 25%, quelle degli studenti e-learning il 20,3%. Nel precedente anno accademico i valori appaiono omogenei: i questionari compilati sono stati rispettivamente il 60,4% per gli studenti frequentanti e il 19,8% sia per i non frequentanti, sia per gli studenti iscritti ai servizi e-learning. Riguardo al secondo indicatore, gli studenti sono in larga misura interessati ai contenuti del corso, pur registrando un leggero decremento rispetto al precedente anno accademico: il voto medio registrato è 7,74 per gli studenti frequentanti (nell'anno accademico 2021-22 era 8,16); 7,58 per i non frequentanti (precedente 7,79); per gli studenti e-learning 8,43 (rispetto al precedente 8,19).

Per quanto riguarda l'indicatore della soddisfazione per il metodo di insegnamento, i dati esaminati per l'a.a. 2022-23 mostrano un quadro di generale apprezzamento per i docenti del Corso. In una scala da 0 a 10, il voto medio è intorno all'8 per le tre domande sottoposte agli studenti. L'item 'il docente stimola/motiva l'interesse verso la disciplina' ha ottenuto un voto medio di 8,02; 'espone gli argomenti in modo chiaro', voto medio 8,1; è reperibile per chiarimenti e spiegazioni, voto medio 8,45 per studenti frequentanti; 7,85 per studenti non frequentanti; 8,31 per studenti e-learning). Questi valori sono allineati rispetto a quelli registrati nell'a.a. 2021-22 e presentano un minimo scarto rispetto alle medie ottenute per tutti gli insegnamenti del Dipartimento e dell'Ateneo. Difatti, a livello di Dipartimento, i tre indicatori summenzionati registrano rispettivamente le seguenti valutazioni: 8,25; 8,27; 8,64.

Per quanto concerne l'indicatore sulla soddisfazione per l'organizzazione dell'insegnamento, il questionario presenta 6 domande che toccano aspetti legati ai contenuti dell'insegnamento e alle modalità di erogazione delle lezioni. In merito ai contenuti, gli studenti esprimono un parere positivo sia in termini assoluti, sia in comparazione con l'a.a. precedente. Il materiale didattico è ritenuto adeguato dalla maggioranza. Per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, il voto medio è 7,82 (in lieve calo rispetto all'8,43 rilevato nel precedente anno accademico), per gli studenti non frequentanti il voto medio è 7,77, per gli studenti e-learning 8,14. Allo stesso modo, la sostenibilità del carico di studio rispetto ai crediti assegnati è valutata positivamente: per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, il voto medio è 7,93, a fronte di un precedente 8,08; per gli studenti non frequentanti è pari a 7,55; per gli studenti e-learning è pari a 8.

La domanda 'Le modalità di esame sono state definite in modo chiaro?', per gli studenti frequentanti ottiene una media di 8,15 (precedente 8,60), per i non frequentanti 7,9 (precedente 8,47) e per gli studenti e-learning di 8,48 (precedente 8,3). Riguardo alla domanda 'L'insegnamento è stato svolto in maniera coerente con quanto dichiarato sul sito Web del corso di studio', per gli studenti frequentanti la media è 8,27 (precedente 8,62). I valori sono tutti positivi, anche se leggermente inferiori rispetto a quelli dell'a.a. 2021-22, e in linea con le medie del Dipartimento e dell'Ateneo.

Riguardo alle modalità di erogazione delle lezioni, il giudizio è positivo: gli studenti sono soddisfatti del rispetto degli orari delle lezioni (voto medio 8,09, per gli studenti frequentanti dell'a.a. 2022-23, rispetto al precedente 8,56) e delle attività didattiche integrative, come esercitazioni, laboratori, ecc. (il voto medio è 7,68, rispetto al precedente 8,21).

Il questionario di valutazione della didattica termina con una domanda a scelta multipla, in cui gli studenti possono scegliere tra un elenco di possibili suggerimenti per migliorare l'insegnamento. Per gli studenti frequentanti, non frequentanti ed e-learning, dell'a.a. 2022-23, le risposte selezionate con maggior frequenza sono le seguenti: la risposta 'nessun suggerimento' è stata scelta 245 volte (su 393 questionari totali). Si tratta di un dato rilevante per comprendere il grado di apprezzamento della didattica: più del 60% degli studenti dichiara di non aver alcun suggerimento in merito al miglioramento della didattica svolta. Perciò una minoranza di studenti suggerisce di alleggerire il carico didattico complessivo (41); fornire più conoscenze di base (49); inserire prove intermedie (28).

Inoltre, gli indicatori sono stati esaminati singolarmente per ogni insegnamento erogato nel CdS nell'anno accademico 2022/23. Dall'analisi delle valutazioni raccolte tra gli studenti, emerge un quadro molto positivo, in cui le criticità riguardano soltanto due insegnamenti. In particolare, sono considerati "critici" gli indicatori per i quali un insegnamento ha ottenuto un voto inferiore a 6, basato su un minimo di 5 risposte. Riguardo agli insegnamenti dell'area Economico-Aziendale e Giuridica, si rileva un insegnamento con un indicatore inferiore a 6 riguardante il rispetto degli orari di insegnamento.

Nell'area Linguistico-Storico-Letteraria, un insegnamento presenta cinque indicatori critici: in particolare, le conoscenze preliminari possedute, l'interesse degli studenti per la materia, l'adeguatezza del materiale didattico, la capacità del docente di stimolare l'interesse per la materia e di esporre gli argomenti in modo chiaro.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Analisi rilevazione opinioni studenti 2022-23



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

22/09/2023

L'opinione dei laureati viene valutata attraverso un'indagine svolta dal Consorzio interuniversitario AlmaLaurea attraverso un questionario somministrato ai laureati nell'anno solare 2022. I risultati esaminati sono tratti dalle risposte ottenute da 23 intervistati, su un totale di 24 laureati nel 2022, e sono aggiornati ad aprile 2023. L'esperienza dei laureati è valutata per mezzo di alcuni indicatori, quali la soddisfazione generale per il Corso di laurea, il rapporto con i docenti, l'organizzazione della didattica, le strutture in cui si svolgono le attività didattiche.

Riguardo alla soddisfazione per il Corso di laurea in Comunicazione e culture digitali, circa 9 intervistati su 10 si dichiarano complessivamente soddisfatti del corso; nel dettaglio, risponde "decisamente sì" il 52,4%, "più sì che no" il 38,1%. Il gradimento rilevato appare superiore a quello dei laureati nella stessa classe negli altri Atenei italiani, per cui il valore riscontrato per l'opzione "decisamente sì" si ferma al 41%. Il giudizio positivo verso il Corso di laurea trova conferma anche nell'indicatore che valuta la propensione dei laureati a iscriversi di nuovo allo stesso corso di laurea. Tre laureati su quattro (76,2%) si iscriverebbero di nuovo a Comunicazione e culture digitali, superando il dato rilevato a livello nazionale presso i laureati nella stessa classe di altri Atenei (67,5%). Inoltre, anche l'indicatore riferito alla soddisfazione generale verso i rapporti con i docenti mostra un buon livello di apprezzamento presso i neolaureati: il 42,9% risponde "decisamente sì" (contro il 34% a livello nazionale presso i laureati nella medesima classe), il 52,4% "più sì che no" (58,7% su base nazionale).

Per quanto concerne la valutazione dell'organizzazione della didattica, il questionario presenta tre indicatori. Il primo misura la sostenibilità del carico di studio richiesto dagli insegnamenti rispetto alla durata del corso di studio, verso il quale gli intervistati esprimono un parere positivo ("decisamente sì" il 52,4%, "più sì che no" il 33,3%, leggermente superiori ai risultati dei laureati della stessa classe a livello nazionale, rispettivamente 47,3% e 43,9%). Il secondo indicatore mostra la soddisfazione per l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ecc.): il 47,6% dichiara di essere stato "sempre o quasi sempre soddisfatto", il 42,9% "per più della metà degli esami" (anche in questo caso, i valori sono leggermente superiori alla media nazionale dei laureati nella medesima classe, tenendo conto che il 43,5% si dichiara sempre o quasi sempre soddisfatto). Il terzo indicatore rileva il tasso di frequenza degli studenti agli insegnamenti e in questo caso il campione analizzato si caratterizza per regolarità nella frequenza accademica. Infatti, il 71,4% dichiara di aver frequentato in modo regolare le lezioni "per più del 75% degli insegnamenti previsti" dal Corso di laurea, superando la media nazionale dei laureati nella stessa classe di laurea (66,9%). In merito al giudizio sulle strutture universitarie, le aule in cui si svolgono le attività didattiche sono considerate "sempre o quasi sempre adeguate" dal 38,9% degli intervistati, e "spesso adeguate" dal 61,1%, in linea con i risultati della stessa classe su base nazionale (rispettivamente, 34,8% e 58,4%). Riguardo alla disponibilità delle postazioni informatiche, quasi la totalità dei laureati intervistati (92,9%) ritiene che il loro numero sia adeguato, presentando un valore decisamente più alto rispetto alla media nazionale (67,5%). Rispetto alle attrezzature per lo svolgimento di altre attività didattiche (laboratori, attività pratiche, ecc.), il 58,3% degli intervistati le ritiene "spesso adeguate" e il 41,7% "sempre o quasi sempre". I servizi bibliotecari raccolgono un giudizio soddisfacente, pur se inferiore alla media nazionale: il 69,2% li valuta in modo "abbastanza positivo" e il restante 30,8% in modo "decisamente positivo" (contro il 42% registrato sui laureati della stessa classe a livello nazionale).

Pdf inserito: [visualizza](#)

