

Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Laurea Magistrale
in COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI
D.M. 22/10/2004, n. 270
Regolamento didattico - anno accademico 2025/2026

Premessa

Denominazione del	COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI
Denominazione del corso in inglese	ADVERTISING AND ORGANIZATIONS COMMUNICATION
Classe	LM-59 R Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Facoltà di	
Altre Facoltà	
Dipartimento di riferimento	Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI)
Altri Dipartimenti	
Durata normale	2
Crediti	120
Titolo rilasciato	Laurea Magistrale in COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ PER LE ORGANIZZAZIONI
Titolo congiunto	No
Atenei convenzionati	
Doppio titolo	
Modalità didattica	Convenzionale
Il corso è	di nuova istituzione
Data di attivazione	
Data DM di	
Data DR di	
Data di approvazione del consiglio di	
Data di approvazione del senato accademico	29/11/2024
Data parere nucleo	28/01/2014
Data parere Comitato reg. Coordinamento	

Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della	18/03/2022
Massimo numero di crediti riconoscibili	24
Corsi della medesima classe	No
Numero del gruppo di affinità	1
Sede amministrativa	URBINO (PU)
Sedi didattiche	URBINO (PU)
Indirizzo internet	https://www.uniurb.it/corsi/1757174
Ulteriori	

ART. 1 Caratteristiche generali e finalità del corso

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

Il CdS permette di acquisire competenze comunicative e manageriali avanzate nell'ambito della comunicazione organizzativa e delle strategie e tecniche di comunicazione, con particolare attenzione alle nuove forme di relazione tra produzione e consumo, allo sviluppo delle piattaforme di social networking nell'ambito delle forme più innovative di comunicazione nelle strutture organizzative e nelle imprese pubbliche e private e di marketing.

La studentessa e lo studente del CdS magistrale sono formati attraverso percorsi di approfondimento teorico e metodologico in aula, uno stage obbligatorio, seminari, workshop, attività laboratoriali e collaborazioni con enti e imprese del territorio; partecipano alle attività de La COLONIA della comunicazione, agenzia di comunicazione interna al CdS. Sono inoltre incentivati a prendere parte ai programmi di mobilità e di scambio internazionali riconosciuti dall'Ateneo, quali il bando Erasmus+ Studio e il bando Erasmus Traineeship.

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

ART. 2 Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

Il CdS CPO intende sviluppare una preparazione teorica, metodologica ed empirica avanzata nei processi comunicativi e della pubblicità, al fine di creare laureate e laureati esperti nella progettazione e gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna, con capacità di pianificazione della comunicazione organizzativa, strategica e integrata per un inserimento lavorativo in agenzie di comunicazione, imprese e organizzazioni pubbliche e private nazionali e internazionali.

Il CdS prevede in tal senso l'acquisizione di:

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

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

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

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

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

ART. 3 Risultati di apprendimento attesi

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

Conoscenza e comprensione

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

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

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

Conoscenza e comprensione

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

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laureata e il laureato magistrale sono in grado di:

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

Autonomia di giudizio (making judgements)

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

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

comunicazione applicata ai diversi settori del proprio campo di studio, con particolare attenzione ai temi della responsabilità sociale di un'organizzazione, sia pubblica sia privata, e dell'etica della comunicazione pubblicitaria.

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

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

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

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

Abilità comunicative (communication skills)

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

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

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

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

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

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

Capacità di apprendimento (learning skills)

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

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

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

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

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

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

ART. 4 Prospettive occupazionali e profili professionali di riferimento

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

La laureata e il laureato magistrale possono trovare occupazione come:

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

I profili professionali di riferimento sono (codifiche Istat):

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

ART. 5 Modalità di ammissione al corso

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

È inoltre richiesto il possesso di:

a. Requisiti curriculari

Per essere ammessa/o al CdS senza necessità di ulteriore verifica, la studentessa o lo studente deve aver conseguito uno dei seguenti titoli idonei all'ammissione:

a) laurea triennale (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguita in una delle seguenti classi (D.M. n.1648/2023 e precedenti):

- L-20 Scienze della comunicazione
- L-1 Beni culturali
- L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- L-5 Filosofia
- L-10 Lettere
- L-11 Lingue e culture moderne
- L-15 Scienze del turismo
- L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L-33 Scienze economiche
- L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali
- L-39 Scienze del Servizio sociale
- L-40 Sociologia

b) laurea triennale (di qualsiasi ateneo italiano o titolo equipollente conseguito all'estero) conseguita in classi diverse da quelle sopraindicate, a condizione che nel curriculum individuale degli studi la laureata e il laureato abbiano conseguito un numero minimo di 60 CFU nei Settori Scientifici Disciplinari (SSD) afferenti alle macro-aree scientifiche, umanistiche, sociologiche e giuridiche, qui di seguito indicati:

- ANGL-01/C (ex L-LIN/12) Lingua, traduzione e linguistica inglese
- ARTE-01/B (ex L-ART/02) Storia dell'arte moderna
- ARTE-01/C (ex L-ART/03) Storia dell'arte contemporanea
- ARTE-01/D (ex L-ART/04) Museologia e critica artistica e del restauro
- CEAR-08/D (ex ICAR/13) Disegno industriale
- CEAR-10/A (ex ICAR/17) Disegno
- COMP-01/A (ex L-FIL-LET/14) Critica letteraria e letterature comparate
- ECON-01/A (ex SECS-P/01) Economia politica
- ECON-02/A (ex SECS-P/02) Politica economica
- ECON-04/A (ex SECS-P/06) Economia applicata
- ECON-06/A (ex SECS-P/07) Economia aziendale
- ECON-07/A (ex SECS-P/08) Economia e gestione delle imprese
- ECON-08/A (ex SECS-P/10) Organizzazione aziendale
- FRAN-01/B (ex L-LIN/04) Lingua, traduzione e linguistica francese

GIUR-01/A (ex IUS/01) Diritto privato
 GIUR-02/A (ex IUS/04) Diritto commerciale
 GIUR-05/A (ex IUS/09) Diritto costituzionale e pubblico
 GIUR-06/A (ex IUS/09-IUS/10) Diritto amministrativo e pubblico
 GIUR-10/A (ex IUS/14) Diritto dell'Unione europea
 GIUR-11/A (ex IUS/02) Diritto privato comparato
 GIUR-11/B (ex IUS/21) Diritto pubblico comparato
 GIUR-17/A (ex IUS/20) Filosofia del diritto
 GLOT-01/A (ex L-LIN/01) Glottologia e linguistica
 GSPS-01/A (ex SPS/01) Filosofia politica
 GSPS-02/A (ex SPS/04) Scienza politica
 GSPS-03/A (ex SPS/02) Storia del pensiero politico
 GSPS-05/A (ex SPS/07) Sociologia generale
 GSPS-06/A (ex SPS/08) Sociologia dei processi culturali e comunicativi
 GSPS-07/A (ex SPS/11) Sociologia dei fenomeni politici
 GSPS-07/B (ex SPS/12) Sociologia del diritto e della devianza
 GSPS-08/A (ex SPS/09) Sociologia dei processi economici e del lavoro
 GSPS-08/A (ex SPS/10) Sociologia dell'ambiente e del territorio
 HIST-03/A (ex M-STO/04) Storia contemporanea
 INFO-01/A (ex INF/01) Informatica
 IINF-03/A (ex ING-INF/03) Telecomunicazioni
 IINF-05/A (ex ING-INF/05) Sistemi di elaborazione delle informazioni
 ITAL-01/A (ex L-FIL-LET/10) Letteratura italiana
 LICO-01/A (ex L-FIL-LET/11) Letteratura italiana contemporanea
 LIFI-01/A (ex L-FIL-LET/12) Linguistica italiana
 LIFI-01/B (ex L-FIL-LET/13) Filologia della letteratura italiana
 PEMM-01/A (ex L-ART/05) Discipline dello spettacolo
 PEMM-01/B (ex L-ART/06) Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali
 PEMM-01/C (ex L-ART/07) Musicologia e storia della musica
 PHIL-01/A (ex M-FIL/01) Filosofia teoretica
 PHIL-02/A (ex M-FIL/02) Logica e filosofia della scienza
 PHIL-04/B (ex M-FIL/05) Filosofia e teoria dei linguaggi
 PSIC-01/A (ex M-PSI/01) Psicologia generale
 PSIC-03/A (ex M-PSI/05) Psicologia sociale
 PSIC-03/B (ex M-PSI/06) Psicologia del lavoro e delle organizzazioni
 SDEA-01/A (ex M-DEA/01) Discipline demotnoantropologiche
 STAT-01/A (ex SECS-S/01) Statistica
 STAT-03/A (ex SECS-S/04) Demografia
 STAT-03/B (ex SECS-S/05) Statistica sociale

In entrambi i casi a) e b) la laureata e il laureato devono aver conseguito nel curriculum degli studi triennale almeno 3 CFU per la lingua inglese o aver ottenuto una certificazione che ne attesti il livello acquisito, rilasciata da enti certificatori riconosciuti dalla Scuola di Scienze della Comunicazione. In caso di titoli di studio conseguiti all'estero verrà valutata, sulla base della documentazione prodotta, la corrispondenza tra le conoscenze e competenze associate ai titoli conseguiti e le caratteristiche dei requisiti curriculari sopra elencati.

Le carenze curriculari devono essere colmate prima dell'iscrizione al CdS con l'integrazione di eventuali crediti formativi universitari (CFU) mancanti attraverso il superamento degli esami di singoli insegnamenti, se si è già

concluso il proprio percorso triennale, o con insegnamenti sovranummerari se si è ancora iscritte/i al percorso triennale.

b. Preparazione personale

La Verifica dell'adeguatezza della Personale Preparazione (VPP) è obbligatoria, avviene successivamente al controllo dei requisiti curriculari e non può essere intesa come sostitutiva dei requisiti stessi. In tal senso, la studentessa e lo studente devono essere in possesso dei requisiti curriculari prima della VPP e non è ammessa l'assegnazione di debiti formativi o di obblighi formativi aggiuntivi. La VPP deve essere sostenuta entro il termine ultimo per l'iscrizione. Le informazioni relative sono pubblicate sulla pagina web del corso di studio.

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

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

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

Nel caso in cui il trasferimento in ingresso sia effettuato fra corsi di studio appartenenti alla medesima classe del CdS CPO (LM-59), la quota di CFU relativi ai settori scientifici disciplinari (SSD) direttamente riconosciuti non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati. Nel caso di trasferimento da un corso di studio svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato.

Coloro che intendono chiedere il riconoscimento dei CFU acquisiti in altri corsi di studio di qualsiasi Ateneo o convalide "in itinere" in merito alla contemporanea iscrizione (art. 16) devono presentare idonea documentazione alla commissione didattica del corso di studio.

Le attività formative già riconosciute come CFU nell'ambito dei corsi di studio non possono essere nuovamente riconosciute nell'ambito del corso di studio magistrale.

Come da D.M. n. 931 del 4 luglio 2025, allo scopo di realizzare percorsi flessibili e modulari, il CdS prevede inoltre il riconoscimento di massimo 24 CFU come attività extracurricolari, purché in stretta coerenza con gli obiettivi formativi e i risultati di apprendimento attesi del corso di studio. Il riconoscimento è effettuato esclusivamente sulla base delle competenze dimostrate dalla studentessa o dallo studente. Le attività devono essere certificate a norma di legge dall'ente e/o dalla struttura presso cui

sono state svolte; la certificazione deve riportare il numero di ore dell'attività formativa svolta, la valutazione dell'apprendimento e le competenze acquisite all'esito dell'attività certificata. I riconoscimenti sono deliberati dal Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione.

ART. 7 Attività Formative

Il CdS CPO ha durata biennale.

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

Ogni CFU corrisponde a 25 ore di lavoro complessivo della studentessa e dello studente.

Per ogni CFU sono previste 6 ore di lezioni frontali, di cui al massimo 2 ore erogate online.

Complessivamente, per attività diverse da quelle pratiche e di laboratorio, la didattica erogata con modalità telematiche non supera un terzo del totale. Se prevista, nella scheda di ciascun insegnamento sarà data indicazione dell'erogazione della didattica online.

Le ore di didattica online saranno fruite da studentesse e studenti tramite la piattaforma Moodle Blended; possono inoltre essere registrate e rese disponibili sulla medesima piattaforma.

Per dare a studentesse e studenti la possibilità di acquisire competenze avanzate professionalizzanti e orientate al mondo del lavoro grazie al coinvolgimento di professioniste/i ed esperte/i e per gestire con maggiore flessibilità il proprio percorso formativo, in particolare nel secondo anno di corso, i seguenti insegnamenti sono erogati completamente online:

- Brand identity
- Marketing territoriale.

Le discipline dei SSD caratterizzanti e affini, erogate nel primo e nel secondo anno del CdS, fanno acquisire avanzate conoscenze e competenze scientifiche, teoriche, metodologiche e operative nell'ambito della sociologia della comunicazione, della cultura, dei consumi e dell'immaginario, del marketing e nell'area della comunicazione pubblicitaria e affini e integrativi nell'area del marketing, delle metodologie e tecniche della ricerca sociali, delle culture digitali e degli internet studies. Le attività formative prevedono inoltre l'acquisizione di ulteriori competenze linguistiche.

Le discipline suggerite alla scelta di studentesse e studenti, e coerenti con il percorso formativo, consentono di affinare le conoscenze nei diversi ambiti e contesti interessati alla comunicazione e alla pubblicità, mentre i laboratori consolidano, attraverso una modalità di didattica esperienziale, temi e metodi della comunicazione nei contesti degli ecosistemi mediali, così da consentire di declinare operativamente le conoscenze teoriche e metodologiche acquisite sia negli insegnamenti teorici sia nei laboratori, indirizzando conoscenze e pratiche verso l'inserimento nel mondo del lavoro.

La lingua inglese prevede l'idoneità ed è esperita a livello laboratoriale come approfondimento dell'inglese orientato all'impresa.

La prova finale (art. 14) è finalizzata alla verifica del raggiungimento delle conoscenze e competenze avanzate caratterizzanti il profilo culturale e professionale del CdS e consiste nella discussione di un elaborato scritto condotto sotto la supervisione di una/un docente.

Il percorso formativo si struttura in due semestri didattici, con insegnamenti anche mutuati da altri corsi di studio. Il percorso si articola in lezioni teoriche, laboratori, workshop professionalizzanti.

A completamento del percorso di formazione il CdS prevede lo svolgimento di uno stage di 200 ore come attività obbligatoria prevista al secondo anno di corso e programmata, di norma, entro l'inizio del secondo semestre.

Prevede inoltre attività formative relative alla preparazione della prova finale (art. 14).

Il CdS non prevede l'obbligo di frequenza, né per il percorso standard né per quello a tempo parziale (part time).

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

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

Il CdS non prevede l'articolazione in curricula.

ART. 9 Propedeuticità

Il CdS non prevede propedeuticità nel sostenimento degli esami.

ART. 10 Organizzazione didattica, esami e verifiche di profitto

L'attività didattica del CdS si articola in due periodi di lezione. Il Dipartimento DISCUI organizza le attività del CdS coerentemente con il Calendario accademico di Ateneo e, sentita la Scuola di Scienze della Comunicazione, stabilisce il Calendario didattico per i CdS afferenti alla Scuola.

Il calendario delle lezioni è pubblicato prima dell'inizio dell'anno accademico, mentre il calendario degli esami viene pubblicato almeno trenta giorni prima della data di inizio di ogni sessione. Eventuali variazioni delle date degli appelli possono essere disposte dalla/dal docente che presiede la Commissione di esame per motivate esigenze; ogni modifica deve essere pubblicata immediatamente. Per gli esami di profitto sono previste almeno tre sessioni di esame, opportunamente distribuite nel corso dell'anno accademico; tra due appelli della stessa sessione di esame deve intercorrere indicativamente un intervallo di due settimane.

Le verifiche di profitto consistono in un esame che si svolge durante le sessioni di esame, eventualmente preceduto da verifiche di apprendimento periodiche compiute durante lo svolgimento dell'insegnamento e organizzate dal CdS con la supervisione dell'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione, volto ad accertare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento previsti.

Le verifiche di profitto sono incentrate sulla valutazione delle conoscenze

acquisite nelle specifiche discipline, mediante discussione o risposte scritte, anche con l'ausilio di tecnologie informatiche, su tematiche pertinenti l'ambito di studio e trattate durante l'insegnamento, e/o tramite discussione dei progetti realizzati individualmente o in gruppo negli insegnamenti a carattere laboratoriale o nei workshop previsti dagli insegnamenti teorici.

Particolare attenzione è rivolta alla verifica delle capacità di padroneggiare i principali metodi della ricerca e della progettazione di settore, trattandoli con relativa autonomia ed esprimendosi con la giusta terminologia di riferimento. Le modalità di accertamento dei risultati adottate per i singoli insegnamenti sono comunicate a studentesse e studenti tramite le schede degli insegnamenti, pubblicate nella pagina web del CdS.

Gli esami di profitto possono dare luogo a votazione o a un giudizio di idoneità. La votazione degli esami è espressa in trentesimi. L'esito si considera positivo se è almeno pari a 18/30 o, nei casi previsti, attraverso l'accertamento dell'idoneità. Nel caso in cui venga conseguito il voto massimo può essere concessa la lode. L'esito negativo dell'esame è registrato sul verbale di esame, mediante l'annotazione "respinto", "insufficiente" o, nei casi previsti, "non idoneo". Tale annotazione non influisce sul voto finale di laurea. Alla studentessa e allo studente è assicurata la possibilità di visionare le proprie prove scritte, mentre le prove orali sono pubbliche. È consentito il ritiro dall'esame prima della registrazione dell'esito. Non è consentita la ripetizione, con eventuale modifica della relativa valutazione, di un esame già superato, anche nel caso di attività formative convalidate da pregressa carriera.

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

Le verifiche e gli esami di profitto si svolgono in presenza.

In base al D.M. 1835 del 6 dicembre 2024 sull'offerta formativa a distanza, è possibile derogare lo svolgimento in presenza degli esami e delle verifiche di profitto, ferma restando la necessità di individuare idonee misure relative all'univoca identificazione delle/dei candidate/i e al corretto svolgimento delle prove, nei seguenti casi:

- specifiche situazioni personali, relative a studentesse e studenti con gravi e documentate patologie o infermità ai sensi della L. 104/1992 e della L. 7/1999;
- studentesse e studenti in detenzione nel rispetto delle linee guida definite dal Ministero della Giustizia – Dipartimento dell'Amministrazione Penitenziaria d'intesa con la Conferenza nazionale dei delegati dei Rettori per i poli universitari penitenziari;
- temporanee situazioni emergenziali che consentono l'erogazione della didattica e l'eventuale svolgimento delle prove di esame a distanza, compresa la prova finale di laurea, a seguito di provvedimento di Ateneo.

ART. 11 Commissioni didattiche del corso di studio

Nel corso di studio è attiva una Commissione didattica dedicata alla disamina delle pratiche di studentesse e studenti quali riconoscimenti di attività formative pregresse, passaggi di corso, riconoscimento dell'attività lavorativa come stage ecc.; è nominata dal Consiglio della Scuola di Scienze della Comunicazione su indicazione della/del Presidente e in carica fino a due mesi successivi alla conclusione del mandato della/del Presidente della Scuola. È composta dalla/dal referente del corso di studio, da almeno una/un docente del corso di studio e dal personale dell'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione. La Commissione si riunisce periodicamente per esaminare le pratiche di studentesse e studenti del CdS che dovranno essere approvate nel Consiglio della Scuola.

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

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

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

L'esito dell'esame è certificato dalla/dal docente responsabile con la sottoscrizione del verbale digitale nella modalità con firma remota, secondo le procedure adottate dall'Ateneo. La/il docente titolare delle attività didattiche deve compilare e chiudere i verbali dopo la conclusione di ogni appello e, comunque, entro sette giorni.

ART. 13 Commissione della prova finale

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

ART. 14 Modalità di svolgimento della prova finale

La laurea in CPO si consegue con l'acquisizione di 120 CFU, nel rispetto del numero massimo di esami o valutazioni finali di profitto previste dal piano di studio, compreso l'esito positivo della prova finale. Le modalità e i criteri per la valutazione conclusiva tengono conto dell'intera carriera

della studentessa e dello studente nel corso di studio, dei tempi e delle modalità di acquisizione dei CFU, delle attività formative sostenute e della prova finale.

Il voto finale di laurea è espresso in centodecimi, con eventuale lode se presente parere unanime della commissione della prova finale. Il voto minimo per superare la prova è sessantasei/centodieci (66/110). La prova finale della laurea magistrale corrisponde a 20 CFU (di cui 19 CFU per la preparazione e 1 CFU per la discussione) ed è finalizzata alla verifica del raggiungimento delle conoscenze e competenze caratterizzanti il profilo culturale e professionale del CdS, accertando il possesso di un avanzato bagaglio di conoscenze e competenze scientifiche e metodologiche, di capacità critiche, espositive e argomentative tali da saper analizzare, documentare e interpretare un argomento di carattere scientifico. La prova finale consiste nella discussione pubblica di una tesi elaborata in modo originale dalla studentessa o dallo studente sotto la guida di una relatrice o di un relatore, incaricata/o di seguire la preparazione della prova finale e relazionare in merito all'attività svolta alla Commissione della prova finale. Di norma la prova finale viene assegnata a un insegnamento che sia stato inserito nel piano di studio; nell'ipotesi in cui la studentessa o lo studente intenda sostenere la prova finale nell'ambito di un insegnamento non compreso nel piano degli studi, dovrà presentare apposita istanza al Consiglio della Scuola per richiederne l'autorizzazione.

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

Può consistere alternativamente in:

- a. un elaborato di analisi e approfondimento di una tematica concordata con una/un docente del corso di studio. L'elaborato, di natura teorica, metodologica o applicativa, deve essere pertinente con il percorso di studio e prevede una rassegna ragionata della letteratura di riferimento nazionale e internazionale, un inquadramento del problema e una trattazione esauriente che introduca elementi di originalità nel campo specifico di studi;
- b. la realizzazione di un progetto in campi pertinenti al percorso di CPO concordato con una/un docente del corso di studio (es. progetto di campagna pubblicitaria, di comunicazione pubblica istituzionale o sociale, di un sito web, immagine coordinata, prodotto multimediale, ecc.). L'elaborato deve prevedere un inquadramento teorico e metodologico del progetto che rimandi alla letteratura di riferimento e includere una valutazione critica del progetto in termini di effetti (ricadute sui processi di comunicazione, economici e sociali).

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

Parte delle attività connesse alla predisposizione dell'elaborato finale possono essere condotte in soggiorno Erasmus, previa autorizzazione da parte della relatrice o del relatore.

La tesi di laurea viene discussa dalla/dal candidata/o di fronte alla Commissione della prova finale (art. 13) che include la relatrice o il relatore.

Alla prova finale viene attribuito un punteggio massimo di 6 punti, su proposta della relatrice o del relatore e a seguito della discussione dei membri della Commissione, che valutano sia la qualità dell'elaborato sia la capacità di esposizione e di argomentazione: 1 punto è riconosciuto a prove

finali valutate come sufficienti, 2 punti a prove finali più che sufficienti, 3 punti a prove finali discrete, 4 punti a prove finali buone, 5 punti a prove finali distinte e 6 punti a prove finali ottime. La lode viene conferita a prove finali eccellenti e viene concessa con parere unanime della commissione della prova finale.

Lo svolgimento della prova e la proclamazione del risultato finale sono pubblici. La Commissione della prova finale formula il voto finale di conseguimento titolo sulla base della media ponderata degli esami sostenuti nel percorso formativo (espressa in centodecimali), dei punti aggiuntivi assegnati sulla base delle determinazioni assunte dal Senato Accademico o dal Dipartimento e della valutazione della tesi di laurea comprensiva della dissertazione.

Al termine della discussione, la Commissione comunica il voto alla studentessa o allo studente ed effettua la proclamazione in una cerimonia pubblica, con contestuale consegna del diploma di laurea.

La prova finale di laurea si svolge in presenza.

In base al D.M. 1835 del 6 dicembre 2024 sull'offerta formativa a distanza, è possibile derogare lo svolgimento in presenza dell'esame finale, ferma restando la necessità di individuare idonee misure relative all'univoca identificazione delle/dei candidate/i e al corretto svolgimento delle prove, nei seguenti casi:

- specifiche situazioni personali, relative a studentesse e studenti con gravi e documentate patologie o infermità ai sensi della L. 104/1992 e della L. 7/1999;
- studentesse e studenti in detenzione nel rispetto delle linee guida definite dal Ministero della Giustizia – Dipartimento dell'Amministrazione Penitenziaria d'intesa con la Conferenza nazionale dei delegati dei Rettori per i poli universitari penitenziari;
- temporanee situazioni emergenziali che consentono lo svolgimento della prova finale di laurea, a seguito di provvedimento di Ateneo.

Punteggio aggiuntivo stabilito dagli Organi di Governo

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

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

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

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

Alla studentessa e allo studente che si sono particolarmente distinti nel proprio percorso di studio, la commissione può assegnare una "Menzione Speciale" e "Dignità di Stampa" alla tesi di laurea, le cui attribuzioni

saranno inserite nel Diploma Supplement.

Per ricevere la "Menzione Speciale" è necessario laurearsi in corso e aver maturato una media ponderata degli esami pari almeno al 29,5 su 30/30 o ottenuto un numero di lodi corrispondente ad almeno 1/3 del totale delle votazioni conseguite.

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

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

ART. 15 Percorso a tempo parziale

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

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

Studentesse e studenti iscritti al percorso a tempo parziale possono accedere alla piattaforma Moodle Blended e usufruire di materiali integrativi e di studio dei singoli insegnamenti. Possono inoltre usufruire del servizio di tutorato.

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

ART. 16 Contemporanea iscrizione

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

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

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

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

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

iscrizione contemporanea a due corsi di studio, nominata dal Consiglio della Scuola e in carica fino a due mesi successivi alla conclusione del mandato della/del Presidente della Scuola. La Commissione è composta da almeno una/un docente del corso di studio e dal personale dell'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione. La commissione si riunisce, quando necessario, per verificare il rispetto delle regole di compatibilità tra due corsi di studio.

ART. 17 Orientamento e tutorato

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

Le iniziative di orientamento, tutorato e placement sono proposte e coordinate dal CdS, unitamente alla/al referente del CdS e alla Commissione Orientamento e Tutorato della Scuola di Scienze della Comunicazione. La Commissione è composta da una/un docente referente per l'orientamento, che è anche delegata/o del DISCUI nella Commissione orientamento di Ateneo, una/un docente referente per il tutorato, da docenti tutor del CdS e da studentesse/studenti tutor selezionati/e annualmente con un'apposita procedura dall'Ateneo. La Commissione ha il compito di programmare e coordinare le azioni di orientamento dedicate al CdS per ogni anno accademico, in coordinamento con le iniziative di Ateneo e in collaborazione con la/il referente del CdS e l'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione; monitora l'efficacia e il gradimento di tali iniziative; individua eventuali azioni correttive e/o migliorative. I nominativi dei componenti della Commissione e delle studentesse e degli studenti tutor sono reperibili nella pagina web del CdS. Le/I tutor sono un punto di riferimento per studentesse e studenti, presenziano alle iniziative dedicate, li supportano e motivano durante tutto il percorso universitario.

Orientamento e tutorato in ingresso

Le iniziative di orientamento e tutorato in ingresso sono volte a fornire una corretta conoscenza del CdS e dei suoi obiettivi formativi per favorire la scelta consapevole da parte di studentesse e studenti interessati. Tali attività sono proposte sia dall'Ateneo sia dal CdS e sono coordinate dalla/dal referente del CdS e dalla Commissione Orientamento e Tutorato della Scuola di Scienze della Comunicazione.

Le iniziative di orientamento e tutorato sono opportunamente comunicate nella bacheca avvisi, nella pagina web e nei canali social del CdS, e, se necessario, anche tramite mail. Le studentesse e gli studenti tutor prendono parte attivamente a tutte queste iniziative, seguendo studentesse e studenti durante tutto il loro percorso di studio.

Riguardo alle iniziative di Ateneo, il corso di studio partecipa:

- all'Open Day (maggio-giugno e settembre), in cui sono organizzati incontri in presenza e online per presentare l'offerta formativa dei CdS;
- ai Saloni di Orientamento organizzati sul territorio nazionale/estero;
- all'Orientamento agli studi: attività organizzata per facilitare la scelta del percorso di studi e approfondire le opportunità offerte dai CdS e i

servizi offerti dall'Università.

Il CdS offre, inoltre, un servizio di orientamento (in presenza e a distanza) a studentesse e studenti interessati a iscriversi che possono contattare la/il referente del CdS, il personale TA dell'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione e le studentesse e gli studenti tutor per avere informazioni sui requisiti di accesso, sul piano di studio, sulle strutture didattiche, sull'esperienza del percorso formativo ed eventualmente richiedere un appuntamento per un incontro individuale.

All'inizio dell'anno accademico, sono inoltre organizzati due incontri di presentazione e benvenuto (ottobre-novembre): uno dedicato alle/ai nuove/i iscritte/i del percorso standard e uno a coloro che sono iscritte/i al percorso part time, durante i quali la/il referente del CdS, insieme al personale TA dell'Ufficio Supporto alla Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione, fornirà le prime informazioni utili sul percorso di studio e presenta servizi e uffici a supporto.

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

Orientamento e tutorato in itinere

Il CdS mette a disposizione un servizio di orientamento e tutorato volto a seguire studentesse e studenti durante tutto il loro percorso. Le attività di tutorato e orientamento sono svolte sia dalle/dai docenti della Commissione Orientamento e Tutorato, designate/i dalla Scuola di Scienze della Comunicazione, sia da studentesse e studenti tutor.

Riguardo alle iniziative di orientamento in itinere a livello di CdS saranno organizzate le seguenti attività:

- incontri sulla compilazione del piano di studio, specifici per anno di iscrizione al corso e percorso standard/part time (ottobre), che forniranno informazioni sulla procedura e sulle relative tempistiche, presenteranno la guida alla compilazione, anche attraverso simulazioni di compilazione, e supporteranno la scelta degli insegnamenti opzionali e a libera scelta;
- incontri di presentazione del questionario sulle opinioni delle studentesse e degli studenti (OPIS) che saranno svolti durante le lezioni del primo e del secondo semestre didattico per facilitare studentesse e studenti nella compilazione e aiutare a interpretare correttamente le domande;
- incontro su stage e tirocini (ottobre-novembre), a cura del servizio stage della Scuola, volto a fornire informazioni utili sull'attivazione e organizzazione dello stage e per far sì che studentesse e studenti scelgano un'opportunità di stage mirata all'acquisizione di competenze spendibili nel mercato del lavoro. Il CdS prevede anche un orientamento e tutorato in itinere individuale, svolto dal servizio stage della Scuola, durante tutto il periodo di stage;
- incontro sulla prova finale di laurea (novembre-dicembre), per dare informazioni sulla procedura di conseguimento titolo e sulle relative tempistiche, sulla struttura e stesura della tesi, sulla ricerca bibliografica, come da guida redatta dalla Scuola;
- incontro sui bandi Erasmus+ (studio e traineeship) per ogni anno accademico (gennaio), a cura delle/dei referenti Erasmus, per promuovere e presentare il

bando, fornire indicazioni per inviare la propria candidatura, coadiuvare nella scelta della meta estera. Il CdS potrà supportare esigenze specifiche di studenti/esse mediante modalità e servizi trasversali ai CdS previsti e/o erogati a livello di Ateneo:

- Servizio di supporto psicologico (nell'ambito dei Servizi alla persona);
- Servizi per studenti con DSA;
- Servizi per studenti con Disabilità.

Orientamento e tutorato in uscita

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

Le organizzazioni e le imprese, inoltre, concorrendo alla progettazione dell'offerta formativa, danno un contributo alla definizione dei percorsi formativi futuri e alla definizione dei profili professionali del corso di studio, affinché rispondano ai reali fabbisogni professionali del mondo del lavoro.

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

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

Oltre al supporto e all'organizzazione di incontri informativi curati dall'Ufficio Stage e Job Placement di Ateneo durante l'anno accademico, il CdS programma annualmente un incontro informativo relativo a procedure e tempistiche di attivazione dello stage così da orientare studentesse e studenti nella scelta di imprese culturali, enti, agenzie di comunicazione, nazionali o internazionali, in cui svolgere l'esperienza di stage. L'incontro è organizzato dal servizio stage della Scuola, in coordinamento con la/il referente del CdS.

Le/i referenti Erasmus della Scuola, inoltre, promuoveranno, attraverso incontri informativi annuali e la segnalazione del bando nelle pagine web del CdS, la partecipazione di studentesse e studenti al bando Erasmus+ Traineeship, per incentivare lo svolgimento dello stage curricolare all'

estero.

Tra le principali attività di accompagnamento al lavoro il CdS si avvale de La COLONIA della comunicazione, agenzia di comunicazione interna alla Scuola di Scienze della Comunicazione che, durante il biennio di studio, consente a studentesse e studenti di confrontarsi con aziende, imprese culturali ed enti e le loro richieste di interventi di comunicazione digitale. La COLONIA della comunicazione è costituita da docenti, studentesse e studenti, professioniste/i esterni; promuove e partecipa a concorsi, contest e workshop professionalizzanti in collaborazione con imprese, agenzie di comunicazione e enti pubblici, con lo scopo di supportare la progettazione e la realizzazione di campagne di comunicazione per clienti esterni, nazionali e internazionali. Nell'ambito delle attività de La COLONIA della comunicazione sono inoltre organizzati seminari professionalizzanti a integrazione di quanto offerto nei diversi insegnamenti dei CdS offerti dalla Scuola.

ART. 18 Assicurazione della Qualità della didattica

La politica di Assicurazione Qualità (AQ) del CdS risponde al Piano strategico di Ateneo e alla Politica della Qualità di Ateneo, in coordinamento con il Presidio di Qualità di Ateneo, il Nucleo di Valutazione di Ateneo, il Dipartimento DISCUI e la Scuola di Scienze della Comunicazione, a cui afferisce il CdS CPO, per conseguire obiettivi relativi al sistema di AQ di Ateneo.

La partecipazione di studentesse e studenti agli organi costituisce un fattore imprescindibile all'interno dei processi di qualità di Ateneo ed è assicurata attraverso la presenza della rappresentanza studentesca all'interno degli Organi di Ateneo (Senato Accademico), di Dipartimento (Consiglio e CPDS), di Scuola (Consiglio, Commissioni) e di CdS (Gruppo di Riesame, Comitato di indirizzo). I nominativi delle rappresentanze studentesche sono indicati nella pagina web del CdS.

Gli organi della AQ della didattica del CdS si occupano del monitoraggio e dell'assicurazione della qualità del CdS, della verifica della corretta compilazione della SUA-CdS e del coordinamento di tutte le azioni preventive e correttive necessarie a garantire la qualità del CdS; inoltre si occupano della gestione di segnalazioni e reclami provenienti dalla componente studentesca e dalle/dai docenti, e della predisposizione di interventi di miglioramento continuo della gestione del corso di studio e della didattica. Gli organi della AQ del CdS sono:

- la/il Referente del CdS: nominata/o con delibera di Dipartimento su proposta della Scuola, è responsabile del buon funzionamento del singolo CdS e si occupa: a) della gestione del CdS; b) della compilazione e aggiornamento della Scheda Unica Annuale del Corso di Studio (SUA-CdS); c) di analizzare le opinioni delle studentesse e degli studenti relative al CdS; d) di analizzare gli indicatori della Scheda di Monitoraggio Annuale (SMA) con relativo commento; e) di analizzare l'andamento del CdS attraverso la redazione del Rapporto di Riesame Ciclico (RRC); f) del monitoraggio dell'adeguata compilazione delle schede degli insegnamenti. È componente obbligatorio del Gruppo di Riesame (GdR) del CdS e lo coordina;

- il Gruppo di Riesame (GdR) del CdS: nominato con delibera di Dipartimento su proposta della Scuola, è coordinato dalla/dal Referente del CdS ed è costituito all'interno del CdS.

I nominativi della/del referente del CdS e dei componenti dei gruppi AQ del

CdS sono pubblicati nella pagina web dedicata all'assicurazione della qualità del CdS.

Le principali attività dei diversi organi della AQ Didattica per quanto riguarda il CdS si riferiscono a:

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

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

Oltre alle segnalazioni raccolte dagli organi dei CdS e dal contatto diretto con la/il Referente del CdS, studentesse e studenti, docenti e personale TA possono segnalare osservazioni, reclami e proposte di miglioramento sul corso di studio mediante un apposito form online disponibile nella pagina web di CPO; tali segnalazioni sono prese in carico dalla Struttura responsabile per la gestione di osservazioni, reclami, proposte di miglioramento, composta dalla referente del CdS e dal PTA della Scuola, e se necessario da altra/o docente del CdS.

Il monitoraggio delle rilevazioni delle opinioni di studentesse e studenti (attraverso i questionari OPIS) e di laureande/i e laureate/i e la valutazione dell'efficacia degli interventi di miglioramento e le loro effettive conseguenze sono ulteriori concrete modalità per la realizzazione del continuo confronto con il corpo studentesco e le parti interessate, ai fini della ottimale erogazione della formazione e dei servizi a loro dedicati. Infine, il contatto diretto (in presenza, telefonico e via mail) con la/il referente e le/i docenti del CdS, le/i docenti e studentesse/studenti tutor, il personale TA dell'Ufficio Supporto alla

Didattica e Management della Scuola di Scienze della Comunicazione permette un confronto immediato e la presa in carico tempestiva di eventuali segnalazioni.

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

Il CdS promuove e incoraggia la partecipazione di studentesse e studenti ai programmi di mobilità e di scambio internazionali riconosciuti dall'Ateneo, quali il bando Erasmus+ Studio e il bando Erasmus Traineeship. Le/i referenti Erasmus promuovono la partecipazione di studentesse e studenti ai bandi, organizzando annualmente un incontro e promuovendoli anche attraverso la bacheca avvisi, la pagina web e i canali social del CdS.

Alle attività svolte all'estero è assicurato il massimo riconoscimento all'interno del piano di studio. Su richiesta dell'interessata/o, il Consiglio della Scuola può riconoscere l'attività di traineeship svolta all'estero come attività curriculare di stage prevista nel piano di studio.

È prevista la possibilità che studentesse e studenti possano condurre in tutto o in parte le attività di predisposizione e ricerca connesse alla redazione della tesi avvalendosi del soggiorno Erasmus (sia per studio sia in tirocinio), con l'autorizzazione da parte della relatrice o del relatore, in accordo con la/il referente Erasmus e previo inserimento dello stesso all'interno del learning agreement e di riferimento. I CFU relativi alla redazione della tesi durante il soggiorno Erasmus sono indicati nei CFU previsti per la prova finale di laurea.

ART. 20 Struttura del corso di studio

PERCORSO PDS0-2014 - Percorso PERCORSO COMUNE

Tipo Attività Formativa: Caratterizzante	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	42	32 - 44		SPS/07 6 CFU (settore obbligatorio)	A001903 - COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO Anno Corso: 1	6
				SPS/08 36 CFU (settore obbligatorio)	A003733 - COMUNICAZIONE DIGITALE E PLATFORM STRATEGY Anno Corso: 1	8
					A003279 - COMUNICAZIONE PUBBLICA STRATEGICA Anno Corso: 2	8
					A003741 - DIGITAL PR Anno Corso: 2	6
					A000082 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI Anno Corso: 1	8

					A001172 - SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI Anno Corso: 1	6
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	20	18 - 24		ICAR/13 6 CFU (settore obbligatorio)	A002529 - LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA Anno Corso: 1	6
				L-ART/06 8 CFU (settore obbligatorio)	A001478 - LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE Anno Corso: 1	8
				SPS/08 6 CFU (settore obbligatorio)	A003731 - IA GENERATIVA E MEDIA Anno Corso: 1	6
Totale Caratterizzante	62					62

Tipo Attività Formativa: Affine/Integrativa	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
Attività formative affini o integrative	12	12 - 20		L-ART/06 6 CFU	A003756 - GLOBAL SCREEN INDUSTRIES Anno Corso: 2	6
				M-FIL/05 6 CFU	A003757 - LABORATORIO DI SEMIOTICA DELLA PUBBLICITA' Anno Corso: 2	6
				SECS-P/08 18 CFU	A003809 - BRAND IDENTITY Anno Corso: 2	6
					A003273 - MARKETING STRATEGICO Anno Corso: 1	6
					A003810 - MARKETING TERRITORIALE Anno Corso: 2	6
				SPS/08 18 CFU	A000754 - LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA Anno Corso: 1	6
					A000088 - LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA Anno Corso: 2	6
					601127 - LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA Anno Corso: 1	6
					I crediti vanno conseguiti scegliendo tra gli insegnamenti sopra indicati	
Totale Affine/Integrativa	12					48

Tipo Attività Formativa: A scelta dello studente	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
A scelta dello studente	12				A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE Anno Corso: 2 SSD: NN	6
					A003911 - SOCIAL MEDIA MARKETING PER IL BRAND Anno Corso: 2 SSD: SECS-P/08	6
Totale A scelta dello studente	12					12

Tipo Attività Formativa: Lingua/Prova Finale	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
--	-----	-------	--------	-----	--------------------	--------

Per la prova finale	20				A000878 - DISCUSSIONE DELLA PROVA FINALE Anno Corso: 2 SSD: PROFIN S	1
					A000877 - PREPARAZIONE DELLA PROVA FINALE Anno Corso: 2 SSD: PROFIN S	19
Totale Lingua/Prova Finale	20					20

Tipo Attività Formativa: Altro	CFU	Range	Gruppo	SSD	Attività Formativa	CFU AF
Ulteriori conoscenze linguistiche	6				601117 - LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ) Anno Corso: 1 SSD: L-LIN/12	6
Tirocini formativi e di orientamento	8				6108013 - STAGE E TIROCINI Anno Corso: 2 SSD: NN	8
Totale Altro	14					14

Totale CFU Minimi Percorso	120
Totale CFU AF	156

ART. 21 Piano degli studi

Per il dettaglio del piano di studio a.a. 2025/2026 vedi pdf allegato.

PERCORSO PDS0-2014 - PERCORSO COMUNE

1° Anno

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A003733 - COMUNICAZIONE DIGITALE E PLATFORM STRATEGY	8	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:48	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A001903 - COSTRUIRE E COMUNICARE IL DATO	6	SPS/07	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A002529 - LABORATORIO DI PROGETTAZIONE GRAFICA E COMUNICAZIONE VISIVA	6	ICAR/13	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A001172 - SOCIOLOGIA DELL'IMMAGINARIO E CULTURE VISUALI	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A003731 - IA GENERATIVA E MEDIA	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:36	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A001478 - LINGUAGGI E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE PROMOZIONALE	8	L-ART/06	Caratterizzante / Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		LEZ:48	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A000082 - SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	8	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:48	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A000754 - LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA	6	SPS/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
601127 - LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA	6	SPS/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A003273 - MARKETING STRATEGICO	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
601117 - LABORATORIO DI BUSINESS ENGLISH (IDONEITÀ)	6	L-LIN/12	Altro / Ulteriori conoscenze linguistiche		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale

2° Anno

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A003279 - COMUNICAZIONE PUBBLICA STRATEGICA	8	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:48	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A003741 - DIGITAL PR	6	SPS/08	Caratterizzante / Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		LEZ:36	Primo Semestre	Obbligatorio	Orale
A003756 - GLOBAL SCREEN INDUSTRIES	6	L-ART/06	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A003757 - LABORATORIO DI SEMIOTICA DELLA PUBBLICITÀ	6	M-FIL/05	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A003810 - MARKETING TERRITORIALE	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A003809 - BRAND IDENTITY	6	SECS-P/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale
A000088 - LABORATORIO DI CREATIVITÀ PUBBLICITARIA	6	SPS/08	Affine/Integrativa / Attività formative affini o integrative		LEZ:36	Secondo Semestre	Opzionale	Orale

Attività Formativa	CFU	Settore	TAF/Ambito	TAF/Ambito Interclasse	Ore Att. Front.	Periodo	Tipo insegnamento	Tipo esame
A003911 - SOCIAL MEDIA MARKETING PER IL BRAND	6	SECS-P/08	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Primo Semestre	Opzionale	Orale
A000137 - A SCELTA DELLO STUDENTE	6	NN	A scelta dello studente / A scelta dello studente		LEZ:36	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale
A000878 - DISCUSSIONE DELLA PROVA FINALE	1	PROFIN_S	Lingua/Prova Finale / Per la prova finale		PRF:5	Ciclo Annuale Unico	Obbligatorio	Orale
A000877 - PREPARAZIONE DELLA PROVA FINALE	19	PROFIN_S	Lingua/Prova Finale / Per la prova finale		PRF:50	Ciclo Annuale Unico	Obbligatorio	Orale
6108013 - STAGE E TIROCINI	8	NN	Altro / Tirocini formativi e di orientamento		STA:200	Secondo Semestre	Obbligatorio	Orale