



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
<b>Nome del corso in italiano</b> RD	Informazione, media, pubblicità (IdSua:1559629)
<b>Nome del corso in inglese</b> RD	Information, media and advertisement
<b>Classe</b>	L-20 - Scienze della comunicazione RD
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b> RD	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b> RD	<a href="https://www.uniurb.it/corsi/1755842">https://www.uniurb.it/corsi/1755842</a>
<b>Tasse</b>	Pdf inserito: <a href="#">visualizza</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale

## Referenti e Strutture

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

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BOCCIA ARTIERI	Giovanni	SPS/08	PO	1	Base/Caratterizzante
2.	CORSI	Mario	SECS-S/05	RU	1	Caratterizzante
3.	GEMINI	Laura	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante
4.	MAGNANI	Carlo	IUS/09	RU	1	Caratterizzante
5.	MANATTINI	Fabrizio	SPS/08	RU	1	Base/Caratterizzante
6.	MORETTI	Sabrina	SPS/07	PA	1	Base/Caratterizzante

7.	SALVUCCI	Roberto	L-LIN/12	RU	1	Base
8.	STAUDER	Paolo	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante
9.	TONELLI	Anna	M-STO/04	PO	1	Base/Caratterizzante

<b>Rappresentanti Studenti</b>	CURATOLO CHIARA c.curatolo@campus.uniurb.it MORRI DAVIDE d.morri3@campus.uniurb.it
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	STEFANIA ANTONIONI ROBERTA BARTOLETTI ENRICA CIMARELLI CARLO MAGNANI
<b>Tutor</b>	Paolo STAUDER



## Il Corso di Studio in breve

17/06/2020

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

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



QUADRO A1.a

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

24/05/2018

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

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

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

OMISSIS

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



QUADRO A1.b

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

04/03/2020

**SINTESI DEL TAVOLO DI CONSULTAZIONE DELL'ATENEO SULL'OFFERTA FORMATIVA 2020/2021 CON I RAPPRESENTANTI DELLE ORGANIZZAZIONI RAPPRESENTATIVE NEL MONDO DELLA PRODUZIONE, DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI**

Il giorno 10 gennaio 2020 si è riunito il Tavolo di Consultazione dell'ateneo con i Rappresentanti delle organizzazioni rappresentative nel mondo della produzione, dei servizi e delle professioni, ai fini della presentazione dell'Offerta Formativa per l'a.a. 2020-21. Risultano presenti: un rappresentante del Sindaco del Comune di Urbino, una rappresentante del Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino, il Vice Presidente dell'ERDIS, la Dirigente dell'Ufficio Scolastico Regionale - Ambito territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino, un rappresentante della Confederazione Sindacale CISL, una rappresentante della Confederazione Sindacale CGIL, una rappresentante della Confindustria di Pesaro e Urbino, un rappresentante del Confartigianato di Pesaro e Urbino, il Presidente e il Segretario della Confcommercio di Pesaro e Urbino, un rappresentante dell'Associazione Commercianti di Urbino, il Dirigente Scolastico dell'Istituto d'Istruzione Superiore "Raffaello" di Urbino, la Dirigente Scolastica della Scuola del Libro Liceo Artistico Urbino, un rappresentante dell'Ordine degli Avvocati del Tribunale di Urbino, una rappresentante dell'Ordine degli Agronomi della Provincia di Pesaro e Urbino.

Presiede la seduta il Rettore e partecipano all'incontro anche il Prorettore Vicario, un componente della Commissione all'Offerta formativa di Ateneo (CommOFF), un Professore Ordinario afferente al Dipartimento DISB, il Direttore Generale, un rappresentante del Direttore del Dipartimento DESP, i Direttori dei Dipartimenti DGIUR e DISCUI e la responsabile del Settore Didattica, Mobilità Internazionale e Servizi agli studenti, componente della CommOFF dell'Ateneo.

È presente inoltre un componente della Segreteria del Rettore, con funzione di Segretario verbalizzante.

Il Rettore, dopo aver salutato e ringraziato i presenti, invita il Professore Ordinario afferente al Dipartimento DISB a illustrare il primo punto dell'ordine del giorno.

#### 1. Presentazione offerta formativa 2020-2021

Con l'aiuto di slide esplicative, viene illustrato ai presenti l'offerta formativa 2020-2021 dell'Ateneo, corredandola dei confortanti dati sull'andamento delle immatricolazioni all'Università di Urbino, giunte ormai a quota 4611 annue, pari all'8,7% in più rispetto al precedente anno e ormai in costante crescita da cinque anni. Si prosegue con ulteriori slide dedicate in particolare ai due corsi di laurea magistrale di nuova istituzione che verranno attivati dall'anno accademico 2020-2021: quello in Informatica Applicata (LM-18) presso il Dipartimento di Scienze Pure e Applicate (DiSPeA) e quello in Pedagogia (LM-85) presso il Dipartimento di studi Umanistici (DISTUM).

#### 2. Attività Università - Territorio

Il Rettore sottolinea con soddisfazione i dati emersi dall'andamento delle immatricolazioni e sottolinea la crescita dell'ateneo in termini di risorse e i positivi riscontri relativi di inserimento occupazionale dei nostri laureati, per poi illustrare le prospettive delineate dal Piano di Sviluppo dell'Ateneo.

La rappresentante di Confindustria plaude all'attivazione dei due corsi magistrali che vanno incontro a istanze manifestate dalle aziende, in particolare quello di Informatica applicata. Inoltre, esprime grande soddisfazione per le iniziative in essere con l'Ateneo che riguardano sia i tirocini curriculari che progetti specifici. I tirocini curriculari coinvolgono studenti di molte discipline (informatica, economia, marketing, ...) e Confindustria svolge un ruolo di trait d'union. In particolare viene data evidenza ad un'attività sperimentale riconducibile all'area Psicologica che ha trovato un'interessante applicazione in un'azienda nel settore secondario. Viene inoltre menzionato il progetto "Learning by doing" riproposto regolarmente da qualche anno. Interviene poi il Comune di Urbino, sottolineando la collaborazione in termini di organizzazione delle attività, in particolare quelle edilizie e urbanistiche che in questi anni stanno modificando in misura importante l'aspetto della città e che in futuro impegneranno tutti ad affrontare un nuovo assetto urbanistico e di mobilità urbana. Per la Confartigianato i percorsi di studio sono decisamente affini alle esigenze del territorio, pertanto i piccoli imprenditori interessati al finanziamento delle loro attività tramite il programma "Impresa 4.0", destinato a sostenere i progetti innovativi, saranno sicuramente interessati ai corsi prospettati dall'Ateneo, in primis al corso di Informatica Applicata o anche ad altri come il Corso di Restauro dei Beni Culturali, di sicuro interesse per le diverse attività che sul territorio si occupano della tutela del patrimonio artistico, e altri ancora. Una politica che la Confartigianato apprezza e per la quale si dichiara pronta a offrire la propria collaborazione. La CGIL, dopo aver ricordato l'annoso problema del sottoinquadramento e sottodimensionamento del personale tecnico-amministrativo dell'ateneo a fronte di risultati di gestione sempre di alto livello, sottolinea l'importanza della spendibilità dei titoli di studio sul mercato del lavoro in collaborazione con le aziende, facendo particolare riferimento al corso di Pedagogia e alla necessità che il CUN e il MIUR intervengano con la revisione dei requisiti delle classi ai fini delle ammissioni ai concorsi per l'insegnamento. La Confcommercio apprezza poi l'attenzione dell'ateneo nei confronti delle ricadute sul territorio delle proprie attività in modo che la presenza sempre maggiore degli studenti continui a essere la linfa vitale della città di Urbino, pur mantenendo l'attenzione a garantire una serena convivenza tra studenti e cittadini. L'Erdis sottolinea il proprio ruolo e impegno per garantire con la qualità dei suoi servizi l'offerta complessiva della città di Urbino agli studenti universitari. Una qualità che si concretizza nell'aumento delle borse di studio concesse dalla Regione Marche che, con l'aumento dello stanziamento da 18 milioni di euro a più di 22 milioni, ha consentito di passare da 5414 borsisti a 5779, eliminando il fenomeno degli idonei non beneficiari. Per l'Ordine degli Agronomi sono importanti le occasioni di informazione e confronto come il Tavolo di Consultazione, a causa della grande importanza dell'Università di Urbino per il territorio, e auspica sempre maggiori sinergie. A questo proposito, il Direttore Generale sottolinea i risultati dello studio commissionato al Politecnico di Milano secondo il quale l'impatto economico dell'Università di Urbino sul territorio di riferimento è il più alto d'Italia, con i suoi 50 milioni di euro solo per gli studenti fuori sede presenti in città e circa di 100 milioni di euro per l'ateneo nel suo complesso.

#### Consultazioni a livello di Cds

Accanto alla consultazione di Ateneo delle parti sociali, il referente del CdS in coordinamento con il referente della laurea magistrale della filiera, supportati da colleghi del Gruppo AQ didattica, realizza con cadenza almeno triennale una consultazione delle parti interessate del CdS, consultazione che è stata effettuata nel 2019. Nella riunione di coordinamento Scuola Cds del giorno 20 marzo 2019 è stata pianificata la consultazione con le parti sociali. I risultati della consultazione e le azioni da intraprendere per includere le indicazioni delle parti sociali nella definizione non solo dei piani di studio ma anche

dei contenuti dei singoli insegnamenti della laurea triennale e delle attività integrative sono stati analizzati e discussi nella riunione del gruppo AQ del giorno 7 maggio 2019 (allegato al Quadro A1b, SUA 2019).

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A2.a

**Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

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

**funzione in un contesto di lavoro:**

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

**competenze associate alla funzione:**

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

**sbocchi occupazionali:**

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

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

Possono trovare occupazione in qualità di junior come:

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



1. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
2. Dialoghisti e parolieri - (2.5.4.1.2)
3. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
4. Direttori artistici - (2.5.5.2.3)
5. Sceneggiatori - (2.5.5.2.4)
6. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
7. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
8. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
9. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)



24/05/2018

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



17/06/2020

Per l'ammissione al Corso di Laurea triennale in Informazione Media PubblicitÃ L-20, Classe delle lauree in Scienze della comunicazione, occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di un titolo conseguito all'estero riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente. Le domande di immatricolazione vengono accettate fino al raggiungimento della numerositÃ massima sostenibile del corso di laurea, rispettando l'ordine di perfezionamento delle domande stesse.

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

Il test VPI viene somministrato per almeno due edizioni delle quali l'iniziale prima delle lezioni del primo semestre e l'ultima entro il mese di febbraio dell'anno accademico relativo all'immatricolazione.

Il test VPI adottato dal corso di laurea Ã erogato dal CISDEL.

Le indicazioni dettagliate su date, orari e sedi delle varie edizioni del test VPI, nonchÃ su argomenti, struttura e soglia di superamento del test stesso, sono pubblicate nella pagina web del corso di laurea. Possono essere eventualmente

organizzati corsi propedeutici al sostenimento della prima edizione del test VPI e/o corsi di recupero per chi non ha superato il test VPI, dei quali viene data notizia sulla pagina web del corso di laurea.

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

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

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



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

24/05/2018

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

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

• nel campo della comunicazione mediale, in particolare quella giornalistica e quella relativa all'ideazione, produzione e gestione dello spettacolo e dell'intrattenimento nei diversi apparati dell'industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet);

• nel campo della comunicazione pubblicitaria, pubblica e d'impresa con particolare riferimento alle organizzazioni complesse pubbliche e private e alle forme di comunicazione cross mediale.

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

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

I laureati disporranno di:

• conoscenze e capacità di analisi dei contesti sociali, politici e culturali che influenzano i processi di comunicazione e il funzionamento delle organizzazioni comunicative nella società contemporanea, con particolare riferimento alla legislazione e alle politiche dell'informazione e della comunicazione;

• conoscenze e capacità di analisi delle strutture e dei processi della comunicazione nelle loro diverse forme e livelli, dalla comunicazione interpersonale faccia a faccia fino ai sistemi complessi della comunicazione mediata;

• conoscenze e capacità di uso efficace della lingua italiana e della lingua inglese in forma orale e scritta, anche con riferimento ai linguaggi settoriali e specialistici propri delle professioni della comunicazione;

• conoscenze e capacità di analisi delle logiche, delle forme organizzative, dei linguaggi dei diversi media: stampa, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media, social media;

• conoscenze e capacità di analisi delle problematiche relative ai diversi campi applicativi della comunicazione mediale, pubblica, d'impresa, pubblicitaria;

• competenze e abilità di gestione delle relazioni con il pubblico (utenti, clienti, cittadini) nelle organizzazioni e amministrazioni pubbliche, private e non profit

• competenze e abilità di base necessarie alla ideazione e realizzazione di testi e prodotti relativi a:

o comunicazione giornalistica (della carta stampata, dei media audiovisivi, dei nuovi media, dei social media) con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie (blog, podcasting, web services, tv digitale mobile e ad alta definizione).


o prodotti spettacolari e di intrattenimento nei diversi ambiti dell'industria culturale (cinema, radio/televisione, nuovi media e internet) e dell'editoria (sceneggiature, soggetti, story-board, video, format, prodotti audiovisivi, testi per l'editoria, saggi e articoli, etc.) con particolare attenzione ai linguaggi e alle tecniche sviluppati dalle nuove tecnologie;


o prodotti per la comunicazione pubblicitaria, convenzionale (messaggi pubblicitari, testuali e audiovideo, etc.) e non convenzionale (guerriglia, ambient advertising etc.)

o prodotti per comunicazione d'impresa, la comunicazione pubblica e del turismo

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

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

 QUADRO A4.b.1	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi		
<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>			
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>			

 QUADRO A4.b.2	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio		
<b>Area conoscenza e analisi critica della società dell'informazione</b>			
<b>Conoscenza e comprensione</b>			
Il laureato			
- possiede una conoscenza di base dei quadri teorici per la comprensione della società dell'informazione e dei contesti sociali e culturali in cui si collocano l'industria culturale e le organizzazioni complesse;			
- possiede strumenti concettuali di base per l'analisi critica della società attuale, relativamente alle variabili storiche, culturali e normative, con particolare attenzione agli aspetti culturali e comunicativi			
<b>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</b>			
Il laureato			
- sa applicare le conoscenze teoriche all'analisi del funzionamento della società dell'informazione e ai contesti di riferimento dell'industria culturale;			
- è in grado di impostare progetti comunicativi a partire dall'analisi delle variabili storiche, culturali e normative.			



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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

LABORATORIO DI ANALISI DEI PROCESSI SOCIALI E COMUNICATIVI [url](#)

LINGUA E CULTURA INGLESE [url](#)

SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI [url](#)

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI FORMATIVI [url](#)

SOCIOLOGIA DEL BENESSERE [url](#)

SOCIOLOGIA DEL TEMPO LIBERO [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA DEL TEATRO GRECO [url](#)

STUDI CULTURALI [url](#)

## Area mediologia, processi e linguaggi comunicativi

### Conoscenza e comprensione

Il laureato consegue conoscenze e capacità di comprensione di base:

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

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

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

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA [url](#)

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

INTERNET STUDIES [url](#)

LABORATORIO DI LINGUA ITALIANA [url](#)

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA E WEB CONTENT MANAGEMENT [url](#)

LETTERATURA E CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITÀ E DELLA COMUNICAZIONE VISUALE [url](#)

LINGUAGGI E TECNICHE DEL GIORNALISMO [url](#)

LINGUAGGI MEDIALI, PERFORMANCE E FORME DELLO SPETTACOLO [url](#)

SOCIOLOGIA DEL CINEMA [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI [url](#)

TELEVISION STUDIES [url](#)

## Area metodologie e tecniche di analisi

### Conoscenza e comprensione

Il laureato

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

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

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

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)

ANALISI DELLE RETI SOCIALI [url](#)

ANALISI SOCIALE DELLE PRATICHE DI CONSUMO [url](#)

INTERNET STUDIES [url](#)

LABORATORIO DI METODOLOGIA DELLE SCIENZE SOCIALI [url](#)

MARKETING E COMUNICAZIONE D'IMPRESA [url](#)

MARKETING E PUBBLICHE RELAZIONI DIGITALI [url](#)

METODOLOGIA E TECNICHE DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

STATISTICA SOCIALE E ANALISI DEI CONSUMI [url](#)

## Area produzione oggetti comunicativi

### Conoscenza e comprensione

Il laureato

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

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato

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

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

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

LABORATORIO DI PRODUZIONE AUDIOVISIVI [url](#)

LABORATORIO DI PRODUZIONE CONTENUTI WEB [url](#)

LINGUAGGI E TECNICHE DEL GIORNALISMO [url](#)

<p><b>Autonomia di giudizio</b></p>	<p>I laureati devono essere capaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- di raccogliere i dati necessari alla formulazione di giudizi, distinguendo tra fonti primarie e secondarie, distinguendo i dati di primo livello dalle successive elaborazioni e interpretazioni;</li> <li>- devono essere capaci di valutare le informazioni raccolte alla luce delle caratteristiche della fonte, della sua autorevolezza nel campo specifico e del suo posizionamento in relazione alle altre fonti (es centri di ricerca autonomi da dati forniti da imprese private, fonti ufficiali e fonti informali, giornalisti professionisti e non, ecc.);</li> <li>- devono aver sviluppato conoscenze e sensibilità in relazione ai temi dell'etica della comunicazione applicata ai diversi settori (intrattenimento, comunicazione pubblicitaria, informazione ecc).</li> </ul> <p>Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- svolgono tesine individuali e di gruppo, che prevedono la ricerca, la sistematizzazione e la valutazione di dati relativi a un particolare oggetto di studio su temi socio-comunicativi</li> <li>- fanno presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo, rivolte all'intera classe, finalizzate alla restituzione e argomentazione del loro lavoro di raccolta dati e analisi di studi di caso concreti</li> <li>- in fase di presentazione orale alla classe devono rispondere alle richieste di chiarimento e alle critiche del docente e dei colleghi al loro metodo di analisi e di argomentazione delle proposte</li> <li>- si confrontano in revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente, con feedback del docente orale e/o scritto a commento del lavoro dello studente</li> </ul> <p>L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- esame scritto e orale in forma tradizionale</li> <li>- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente</li> <li>- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente</li> </ul>	
<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p>I laureati devono essere capaci</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- di fare presentazioni in forma orale e scritta relativamente a informazioni, idee, problemi e soluzioni sia nell'ambito di un gruppo di lavoro che a un pubblico esterno di non esperti</li> <li>- di utilizzare programmi informatizzati a supporto della presentazione di idee e problemi in pubblico (powerpoint, ecc.)</li> <li>- di saper esprimere contenuti nei social media (blog, piattaforme collaborative, network, ecc.)</li> </ul> <p>Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- preparano e realizzano presentazioni in pubblico, individuali e di gruppo, rivolte all'intera classe, finalizzate alla restituzione e argomentazione del loro lavoro di raccolta dati e analisi di studi di caso concreti</li> <li>- predispongono tesine e paper scritti</li> <li>- partecipano a laboratori specifici di scrittura creativa e professionale (ufficio stampa, copywriting, ecc.)</li> <li>- partecipano ad esercitazioni in aula di scrittura (scrittura creativa, copywriting, redazione di testi per il web, redazioni di comunicati stampa, ecc.)</li> </ul> <p>L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- esame scritto e orale in forma tradizionale</li> <li>- presentazione orale e discussione dei lavori svolti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente</li> <li>- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà</li> <li>- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.</li> </ul>	

<b>Capacità di apprendimento</b>	<p>I laureati devono aver sviluppato metacompetenze di apprendimento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- capacità di pensiero astratto</li> <li>- metodologie di analisi dei problemi</li> <li>- capacità di giudizio autonomo</li> </ul> <p>Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- partecipano a lavori di gruppo in aula, con la guida del docente</li> <li>- elaborano tesine di approfondimento su temi assegnati</li> <li>- preparano e realizzano presentazioni pubbliche in aula, discutendo e argomentando con gli altri studenti e con il docente</li> <li>- predispongono una tesi finale.</li> </ul> <p>L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- esame scritto e orale in forma tradizionale</li> <li>- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente</li> <li>- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà</li> <li>- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.</li> </ul>
----------------------------------	--

▶ QUADRO A5.a Caratteristiche della prova finale

Per le modalità di svolgimento della prova finale si prevede:

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

▶ QUADRO A5.b Modalità di svolgimento della prova finale

17/06/2020

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

Si prevede che lo studente realizzi alternativamente:

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

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

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

Il punteggio finale di laurea viene calcolato a partire dalla media ponderata dei voti degli esami di profitto. Alla prova finale viene attribuito un punteggio massimo di 4 punti, su proposta del relatore e a seguito della discussione dei membri della commissione, che valutano la qualit  dell'elaborato. Un punteggio di 0-1 punto   riconosciuto a tesi sufficienti, di 2-3 punti a tesi discrete e buone, di 4 punti a tesi ottime. Un ulteriore punto viene assegnato a tesi che siano state svolte all'estero durante il soggiorno Erasmus e/o agli studenti che abbiano conseguito 30 o 60 CFU rispettivamente per un soggiorno all'estero semestrale o annuale. La lode viene conferita a prove finali eccellenti, a laureandi/e che partano da una media dei voti degli esami di profitto di almeno 105 punti, e viene concessa solo in caso di parere unanime dei commissari. Nella decisione del conferimento della lode in sede di laurea i commissari possono considerare il numero di lodi ottenute dal candidato nella sua carriera di studi.



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piano di studio 2020/21

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.uniurb.it/corsi/1755842/calendario-lezioni-esami-e-tesi>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.uniurb.it/corsi/1755542/bacheca-avvisi/3539>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

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

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	IUS/09	Anno di corso 1	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	MAGNANI CARLO <a href="#">CV</a>	RU	6	36	
2.	SPS/07	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ANALISI DEI PROCESSI SOCIALI E COMUNICATIVI <a href="#">link</a>	SACCHETTI FRANCESCO <a href="#">CV</a>	RD	6	36	
		Anno di	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA	GIGLIETTO				

3.	SPS/08	corso 1	E WEB CONTENT MANAGEMENT <a href="#">link</a>	FABIO <a href="#">CV</a>	PA	6	36	
4.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA INGLESE <a href="#">link</a>	SALVUCCI ROBERTO <a href="#">CV</a>	RU	10	60	
5.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI <a href="#">link</a>	STAUDER PAOLO <a href="#">CV</a>	PA	10	60	
6.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI <a href="#">link</a>	BOCCIA ARTIERI GIOVANNI <a href="#">CV</a>	PO	10	60	
7.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA <a href="#">link</a>	TONELLI ANNA <a href="#">CV</a>	PO	10	60	
8.	SPS/08	Anno di corso 1	STUDI CULTURALI <a href="#">link</a>	BARTOLETTI ROBERTA <a href="#">CV</a>	PO	10	60	

▶ QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Aule

Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule Corso IMP

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratorio e Aula informatica

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sale Studio

Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/persone-e-strutture/edifici>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sala studio

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Biblioteche

Link inserito: <https://www.uniurb.it/ateneo/person-e-strutture/biblioteche>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteche



QUADRO B5

Orientamento in ingresso

Le attività di orientamento in ingresso si strutturano in diversi momenti, alcuni organizzati a livello di Ateneo e altri a livello di Scuola e Cds: 17/06/2020

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



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

17/06/2020

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



QUADRO B5

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

L'esperienza di tirocinio è un'occasione importante per applicare e verificare modelli e schemi concettuali appresi durante il corso di studio, alla realtà operativa di aziende e/o enti nazionali o internazionali. 17/06/2020

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



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

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

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Programma USA-ISEP

Uno degli obiettivi dell'Ateneo Ã quello di sviluppare e promuovere scambi culturali e collaborazioni internazionali. Per la Scuola di Scienze della comunicazione le attivitÃ di mobilitÃ internazionale degli studenti vengono coordinate dal Delegato Erasmus di Dipartimento, il quale si occupa sia delle attivitÃ informative rivolte agli studenti interessati a svolgere parte del proprio corso di studi all'estero, sia delle procedure burocratiche iniziali necessarie (fra le quali anche gli accordi didattici) per avviare le pratiche, le quali vengono poi perfezionate dagli uffici competenti di Ateneo.

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

Link inserito: <http://www.uniurb.it>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	FacultÃ©s Universitaires Saint-Louis		25/02/2014	solo italiano
2	Belgio	UniversitÃ© de LiÃ©ge		07/03/2017	solo italiano
3	Germania	Christian Albrechts Universitat zu Kiel		24/01/2014	solo italiano
4	Grecia	Panteion University of Social and Political Sciences		18/04/2019	solo italiano
5	Spagna	Universidad Complutense De Madrid	28606-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	03/12/2015	solo italiano
6	Spagna	Universidad De Murcia	29491-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	17/06/2015	solo italiano

7	Spagna	Universidad Europea de Madrid		22/07/2014	solo italiano
8	Spagna	Universidad de Castilla-La Mancha		31/01/2014	solo italiano
9	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		12/02/2016	solo italiano
10	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	18/03/2016	solo italiano
11	Spagna	University of Cadiz		26/01/2015	solo italiano
12	Stati Uniti	Villanova University		03/05/2013	solo italiano
13	Turchia	Universit� Galatasaray Istanbul		23/03/2017	solo italiano

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

- Career day: incontro annuale con le aziende e laboratori per l'ingresso nel mondo del lavoro (stesura curriculum, analisi occupabilit , ecc). 30/06/2020
- Stage post laurea, con il supporto dell'Ufficio stage e job placement di Ateneo
- Monitoraggio studenti nel mondo del lavoro.

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

La COLONIA della comunicazione   stata valutata come "buona prassi" per favorire l'occupabilit  dei laureati in occasione della visita di accreditamento periodico dell'Universit  di Urbino da parte dell'Anvur nell'ottobre 2016.

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

Descrizione link: Pagina dedicata alla Colonia della comunicazione sul blog Cpo

Link inserito: <https://blogcpo.wordpress.com/la-colonia/>

▶ QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

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

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

L'esame dei dati aggregati relativi alle opinioni degli studenti frequentanti non mostra sostanziali punti di criticità nelle voci relative all'erogazione della didattica e agli aspetti organizzativi, dove la misura media supera ampiamente il valore di 7. Scendendo nello specifico delle voci, quelle maggiormente gratificanti fanno riferimento al rispetto degli orari programmati per le attività didattiche (8,21) e all'utilità delle attività didattiche integrative (8,06), mentre l'aspetto meno premiato riguarda il possesso delle conoscenze preliminari funzionali alla comprensione del corso (7,28) che comunque mostra un lieve miglioramento rispetto all'anno precedente (+ 0,12).

Non si riscontrano scostamenti significativi con le medie del Dipartimento.

Rispetto ai dati del 2017/18 si evidenzia un significativo aumento dell'apprezzamento delle attività didattiche integrative (+ 0,72). Il dato dell'a.a. 2018/19 relativo alla reperibilità dei docenti si riferisce ai soli non frequentanti, per cui non può essere confrontato con quello dell'anno precedente.

Laddove possibile, il confronto tra frequentanti e non, mostra, per questi ultimi, un livello di soddisfazione sostanzialmente equivalente o più basso, cosa questa facilmente giustificabile, pur risultando confermato un giudizio medio sopra il valore di 7.

I dati sulle infrastrutture e su alcuni servizi presentano invece qualche piccola criticità, poiché alcune misure medie scendono sotto il 7. In particolare, gli studenti sembrano essere poco soddisfatti delle condizioni dei laboratori a disposizione del Cdl (6,86), delle aule in cui si svolgono le lezioni (6,66), del servizio di segreteria studenti (6,64) e dal lavoro degli studenti tutor (6,92).

Non si riscontrano scostamenti significativi con le medie del Dipartimento, tranne per la voce relativa all'adeguatezza delle aule (- 0,60). Dal confronto con i dati del 2017/18 emerge un miglioramento del valore relativo alle attrezzature di supporto (+ 0,57).

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

Nota metodologica e fonte dati

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

I dati riferiti ai corsi riguardano l'opinione degli studenti sulla didattica relativi all'Anno Accademico 2018/2019 con estrazione delle informazioni dal sistema SisValdidat. Gli insegnamenti valutati sono stati 26 su 29. Il collettivo di riferimento è costituito da 2402 unità di cui 1913 classificate come frequentanti e 489 come non frequentanti.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Tavola di riepilogo delle valutazioni

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

## Opinione dei laureati

Dai dati emerge che l'87,4% dei laureati ha frequentato regolarmente più del 50% delle lezioni e addirittura il 73,6% degli intervistati più del 75% delle lezioni.

Per quanto riguarda i giudizi sull'esperienza universitaria, dai dati risulta che il 92% (+9,4 rispetto all'anno precedente) dei laureandi è sostanzialmente soddisfatto del Corso di laurea, con il 39,1% (+5,4%) del totale che lo è in maniera convinta. Lusinghiero è anche il giudizio relativo al corpo docente che vede attestarsi al 96,6% (+9,6%) la quota dei giudizi di estrema o sostanziale soddisfazione. L'89,7% (+5,7%) ha ritenuto soddisfacente l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ...)

Tra chi ha fatto uso delle biblioteche solo il 13,5% giudica negativamente il servizio fornito.

Molto meno lusinghieri sono i giudizi sulle aule per la didattica che sono giudicate, sempre o spesso, adeguate dal 63,8% dei laureati e una quota cospicua (73%), tra coloro che le hanno utilizzate, denuncia l'insufficienza o l'inadeguatezza delle postazioni informatiche. Le attrezzature per la didattica sono giudicate sostanzialmente adeguate dal 56,1% degli utilizzatori. il 94,2% dei rispondenti dichiara la completa o sostanziale sostenibilità del carico di studio affrontato.

Per quanto riguarda il percorso formativo, il 26,7 % ritiene che la laurea nel lavoro svolto sia molto efficace, il 20% (contro il 39% dell'anno precedente) abbastanza efficace e il 53,3% poco o per nulla efficace (contro il 34,8 dell'anno precedente).

Tuttavia si deve notare che nella stessa indagine risulta che il 53,3% dichiara di essere occupato in cerca di lavoro.

Il 26,7% utilizza le competenze acquisite con la laurea in misura elevata, il 50,0% in misura ridotta e il 25,0% non le utilizza per niente.

Il 26,7% (contro il 37,5% dell'anno precedente) considera la formazione professionale acquisita all'università molto adeguata, il 26,7% (contro il 37,5% dell'anno precedente) poco adeguata, mentre il 46,7% (contro il 25,0% dell'anno precedente) per niente adeguata. Infine, il 13,3% (contro il 25,0% dell'anno precedente) dei laureati dichiara che la laurea, per l'attività lavorativa, non è richiesta ma necessaria, il 46,7% (contro il 45,8%) che è non richiesta ma utile, il 33,3% (contro il 29,2% dell'anno precedente) che non è richiesta né utile.

Il 64,4% dei rispondenti dichiara che si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso dell'ateneo, mentre il 13,8% dichiara che si iscriverebbe allo stesso corso, ma in un altro ateneo.

## Fonti dati:

1. Dati laureati rapporto Alma Laurea 2019, XXI Rapporto, Anno di laurea 2019 a Profilo dei laureati, 87 rispondenti su 94; dati aggiornati ad aprile 2020.
2. Dati laureati rapporto Alma Laurea 2019, XXI Rapporto, Anno di laurea 2019 a Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea, 49 rispondenti su 49.

Descrizione link: pagina AlmaLaurea profilo dei laureati 2019

Link inserito:

<https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2019&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=tutti&gr>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: dati tratti da Almalaurea profilo laureati



08/10/2020

## Dati di ingresso, di percorso e di uscita

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

Tuttavia la serie storica dei dati evidenzia un allargamento della forbice degli iscritti nel confronto con i benchmark di riferimento per l'area geografica e nazionale negli ultimi cinque anni. Il corso di laurea registra anno dopo anno un incremento rispetto agli iscritti, ma gli altri corsi di laurea della stessa classe crescono mediamente di più<sup>1</sup>. Con questa constatazione si deve, per<sup>2</sup>, tenere presente che la media dell'area geografica "Centro" e la media nazionale include Atenei con dimensione eterogenea e meno facilmente comparabili ai Cds in esame.

Il 41,8% (84 studenti) proviene da fuori regione (iC03). Tale percentuale è in diminuzione rispetto al 2018 (-4,6%), ma rimane nettamente superiore alla media dell'area geografica (+10,6) e del territorio nazionale (+12,7) (iC03), mostrando un buon grado di attrattività. La diminuzione è dovuta essenzialmente all'aumento totale dei nuovi iscritti, mentre il numero assoluto degli iscritti provenienti da fuori regione rimane invariato, pertanto non può essere considerata una criticità. Mostra un sostanziale miglioramento il dato relativo alla Percentuale di abbandoni del CdS (indicatore iC24 del Cruscotto AVA) che si attesta poco sopra al 26%, nettamente inferiore rispetto agli anni precedenti e significativamente inferiore anche rispetto alle medie macro-regionali e nazionali.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Il 70% (contro il 75% dell'anno precedente) dei laureati ha avuto esperienze di lavoro (78.2% dato nazionale) con il 5,7% di studenti-lavoratori (10% dato nazionale). Il 14,8% dichiara di aver svolto un lavoro coerente con gli studi, dato inferiore di circa 6 punti percentuali rispetto a quello nazionale (21,4%) (fonte: Alma Laurea 2019, XXI Rapporto, Anno di laurea 2018, Profilo dei laureati).

Fonte dati

Cruscotto AVA, elaborati dall'Ufficio statistico di Ateneo il 27/06/2020.

Alma Laurea 2020, XXII Rapporto, Anno di laurea 2019, Profilo dei laureati; 99 rispondenti su 106

Descrizione link: pagina ALmaLaurea profilo dei laureati 2019

Link inserito:

<https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2019&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1449&>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: indicatori cruscotto AVA

## ▶ QUADRO C2 | Efficacia Esterna

08/10/2020

Efficacia esterna

L'indagine sulla condizione occupazionale dei laureati relativa al 2019 coinvolge 49 rispondenti su 49 laureati. Per una migliore confrontabilità della documentazione, si riportano i dati relativi ai soli laureati che non lavoravano al momento della laurea.

Dall'indagine emerge che il 38,8% dei laureati è iscritto a un corso di laurea magistrale, mentre il 27,6% dei non iscritti attribuisce lo stop alla formazione a motivi lavorativi, il 20,7% si dichiara non interessato perché intenzionato a frequentare altra formazione post-laurea, il 13,8% sottolinea la mancanza di un corso nell'area disciplinare di interesse, mentre solo il 6,9% attribuisce a problemi economici la motivazione al mancato proseguimento dopo il primo livello.

Tra chi ha deciso la prosecuzione del percorso formativo, la maggioranza relativa (42,1%) l'ha fatto con la speranza di vedere accresciute le possibilità occupazionali mentre quasi un terzo (31,6%) per migliorare la propria formazione culturale. La non trascurabile quota del 10,5% lo ha fatto per migliorare le condizioni dell'attuale lavoro, mentre il 5,3% ritiene invece tale percorso necessario ai fini occupazionali.

Nella scelta del canale formativo superiore, il 57,9% segue un corso di filiera e il 31,6% lo fa permanendo nell'Ateneo, dati che stanno dimostrando una corretta costruzione del percorso formativo. Il 40,8% ha partecipato ad almeno un'attività formativa post laurea principalmente concretizzata nella forma di stage aziendale (24,5%), fatto questo probabilmente finalizzato alla successiva assunzione.

Gli occupati a un anno dalla laurea sono il 30,6% (che corrisponde a 15 unità) e tutti hanno trovato lavoro dopo il conseguimento della laurea.

I tassi di occupazione e disoccupazione, secondo la definizione Istat sulle forze di lavoro, assumono, rispettivamente, i valori del 42,9% e del 19,2%.

Il tempo d'ingresso nel mercato del lavoro dal conseguimento del titolo è stato mediamente di 4,3 mesi.

Le aziende che danno occupazione sono tutte private e operano quasi esclusivamente nel settore dei servizi con una prevalenza del commercio (53,3%), seguito da quello di Trasporti, pubblicità, comunicazioni (20%).

Le tipologie di contratto non standard rappresentano la norma (40%), si segnala inoltre che il 26,7% dichiara di lavorare senza contratto. Il part-time caratterizza il 40%. Il 6,7% ha un contratto a tempo indeterminato. La retribuzione mensile netta media degli occupati si attesta sui 815 euro per gli uomini e, sui 917 euro per le donne.

Fonte Dati

Alma Laurea 2019, XXI Rapporto, Anno di laurea 2019, Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea,

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

Link inserito:

<https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2019&annolau=1&corstipo=L&ateneo=70063&fac>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: condizione lavorativa dei laureati che non lavoravano al momento della laurea

▶ QUADRO C3

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

Nell'anno solare 2019 hanno svolto lo stage a libera scelta previsto nel piano degli studi 23 studenti della laurea triennale 09/10/2020  
Informazione Media Pubblicità (dato in diminuzione in relazione all'anno precedente). Quasi tutti (22) hanno avuto una durata inferiore ai tre mesi; 20 tirocini si sono svolti in Italia, 2 a San Marino e 1 in Spagna. 7 stage sono terminati con una forma di collaborazione.

Tutti gli studenti valutano molto positivamente l'esperienza di tirocinio e la considerano utile. Tra i motivi di soddisfazione vengono riferiti il "Rapporto con il personale" (15), l'"Atteggiamento collaborativo del Tutor" (13), il "Buon inserimento nell'organizzazione" (11), la "Correlazione tra il progetto e le attività svolte con gli obiettivi professionali e personali" (10). Per quel che riguarda invece gli aspetti negativi, 1 studente ha manifestato l'inadeguatezza della durata del tirocinio. 20 aziende ospitanti su 23 hanno risposto al questionario di valutazione del tirocinante. Da questi dati emergono giudizi complessivi molto positivi; infatti risulta che 12 sono stati giudicati con "ottimo", 7 con "buono" e 1 con "discreto". Andando nello specifico dei giudizi relativi alle singole abilità, le aziende esprimono giudizi molto positivi, con gli ottimi che superano il 50% delle risposte, tranne per il "livello di preparazione teorica", con 8 "ottimo", 9 "buono" e 2 "sufficiente", e le "conoscenze informatiche", con 9 "ottimo", 9 "buono" e 2 "sufficiente".

Fonte: rendicontazione annuale Scuola di scienze della comunicazione dati anno solare 2019.