

SCHEMA SUA CdS LM-19

Il Corso di studio in breve

Gli obiettivi formativi qualificanti prevedono l'acquisizione e lo sviluppo di competenze atte a svolgere ruoli di gestione e di responsabilità in tutte le professioni, anche quelle emergenti, nel settore dell'informazione e della comunicazione, in ambito pubblico e privato, nelle industrie culturali, editoriali, pubblicitarie e creative, nel mondo imprenditoriale; competenze che mettono in grado i nostri laureati di utilizzare le tecnologie multimediali, anche le più innovative, per la gestione dei processi e dei flussi comunicativi implicati nella vastissima fenomenologia della rete.

Necessarie a questo profilo culturale e professionale sono inoltre la conoscenza delle risorse espressive della lingua italiana e delle lingue straniere e l'utilizzo di competenze trasversali di tipo semiologico, economico, psicologico, legislativo, artistico, letterario, indispensabili per qualsiasi professione della comunicazione, in particolare per quelle finalizzate alla creazione di "start up" di progetti originali e mirati verso specifici target di pubblico e di mercato.

SEZIONE A OBIETTIVI DELLA FORMAZIONE

Consultazioni con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale – della produzione di beni e servizi, delle professioni

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

Inoltre è prassi del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione la consultazione diretta, costante e continuativa della società e del mondo del lavoro che consta di singole consultazioni e scambi di informazioni tra i singoli docenti, in riferimento alle materie di competenza, e gli stakeholder, come si riscontra nelle comunicazioni di cui all'allegato 8.

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

La mission del profilo intende formare un responsabile della comunicazione in tutte le sue forme innovative e multimediali

funzione in un contesto di lavoro:

Sempre di più sia in fase di stesura che in fase realizzativa di progetti di finanziamento europei ed italiani, nei settori pubblici come in quelli privati, viene richiesta una professionalità che sia in grado di sviluppare piani comunicativi finalizzati al coinvolgimento delle realtà del territorio interessate, in special modo integrando tali piani con l'ausilio di tecniche digitali innovative.

Le industrie culturali creative richiedono una professionalità che risponda ad un'esigenza di lavoro, innovativo e semiologicamente articolato, di utilizzo di tecniche multimediali avanzate funzionali alla fruizione mobile e di rete, di creazione di connessioni tra le realtà coinvolte del territorio. Questo comporta la conoscenza delle risorse espressive della lingua italiana e delle lingue straniere, oltre a competenze trasversali che vadano dalla comunicazione efficace alla gestione di gruppi di lavoro. Comporta altresì la conoscenza dei fenomeni della produzione, qualità e gestione di risorse digitali multimediali in rete (con rispetto degli standard tecnici, informativi e gestionali) e in particolare alla comunicazione in ambiente web; riguarda inoltre la conoscenza di sociologia della comunicazione delle nuove organizzazioni a rete, dei nuovi strumenti di marketing delle risorse digitali, piattaforme e social media.

All'interno delle Pubbliche Amministrazioni il responsabile della comunicazione multimediale padroneggia le questioni legate all'open government e all'e-government attraverso l'uso delle nuove tecnologie, in contesti nazionali e internazionali.

competenze associate alla funzione:

Competenze nelle tecniche del lavoro creativo, nella progettazione e realizzazione di sistemi multimediali, con l'annessa capacità di utilizzare nei loro aspetti performativi tecnici e creativi le nuove tecnologie per la gestione dei processi e dei flussi di comunicazione culturali, sociali e di mercato.

Risorse espressive della lingua italiana e delle lingue straniere. Competenze trasversali utili a qualsiasi professione di responsabilità (dalla capacità di coordinare un lavoro di gruppo alla gestione dei conflitti, alla capacità di risolvere problemi uscendo dagli schemi cognitivi rigidi).

sbocchi professionali:

Ruoli di responsabilità in tutte le professioni, soprattutto in quelle emergenti, nel settore della informazione e della comunicazione in linea con le richieste sempre più avanzate del mondo del lavoro. Professioni così caratterizzate possono essere utilizzate nelle imprese, negli enti pubblici, nell'ambito editoriale e giornalistico, ed anche nelle industrie culturali e creative. Nell'economia della conoscenza, con obiettivi di crescita "intelligente, sostenibile e inclusiva", le industrie culturali e creative sono divenute nell'ultimo decennio oggetto di crescente attenzione. Capaci meglio di altri comparti di adattarsi alle esigenze di un mercato globalizzato e in costante cambiamento, portatrici di innovazione e naturali bacini di creatività, le ICC sono oggi considerate settori trainanti per l'economia globale. I nostri laureati diventano figure professionali indispensabili anche in questo ambito in quanto capaci di favorire con le loro competenze la creazione di reti e di collegamenti intra/intersistemici.

I nuovi dottori in "Comunicazione e Culture Digitali" sono altresì in grado di fare emergere i fabbisogni inespressi del mercato del lavoro facendosi ideatori di "start up" innovative nel campo della comunicazione digitale.

Il corso prepara alla professione di (codici ISTAT)

1. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
2. Redattori di testi per la pubblicità – (2.5.4.1.3)
3. Agenti di pubblicità – (3.3.4.4.0)
4. Tecnici della pubblicità – (3.3.3.6.1)
5. Tecnici delle pubbliche relazioni – (3.3.3.6.2)
6. Organizzatori di convegni e ricevimenti – (3.4.1.2.2)

Requisiti di ammissione

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

Possono essere ammessi anche i laureati in altri corsi di laurea triennale, previa verifica dei requisiti curriculari, tra i quali, imprescindibili, sia quelli acquisiti (almeno 6 cfu) in una lingua comunitaria oltre alla lingua inglese, sia quelli acquisiti (almeno 8 cfu) nell'ambito sociologico, settore SPS/07.

La verifica del possesso dei requisiti curriculari e della adeguatezza delle conoscenze dello studente sono definiti nel regolamento didattico del corso di laurea che si riporta di seguito. Requisiti di accesso al corso di laurea magistrale (art. 6, c. 6, lett. a) ed h) del RdA): nelle more dell'adozione/approvazione del regolamento del CdS LM-19 si continueranno ad applicare le disposizioni per l'accesso alla attuale laurea magistrale CI LM-59.

1. Per l'ammissione al corso di laurea magistrale, classe LM-19, è richiesto il possesso del diploma di laurea triennale o di altro titolo di studio equipollente conseguito all'estero e legalmente riconosciuto.

2. Gli studenti in possesso di laurea triennale della Classe L-20 (ex Classe 14) Scienze della Comunicazione, o altro titolo ad essa riconducibile, si iscrivono al corso di laurea magistrale senza debiti formativi.

3. Gli studenti in possesso di laurea triennale diversa dalla Classe L-20 (ex Classe 14) Scienze della Comunicazione, o altro titolo ad essa riconducibile, possono essere ammessi previa verifica dei requisiti curriculari volta ad accertare la preparazione multidisciplinare di base necessaria per la proficua frequenza della laurea magistrale.

4. Tali studenti dovranno aver acquisito un congruo numero di crediti in almeno tre delle seguenti aree disciplinari:

- area storica (Storia contemporanea, Storia della scienza e delle tecniche)

- area sociologica (Sociologia generale, Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Sociologia dei processi economici e del lavoro, Sociologia giuridica della devianza e mutamento sociale, Sociologia dei fenomeni politici, Scienza politica)

- area linguistica (Glottologia e linguistica, Linguistica italiana, Lingua Inglese, Francese, Tedesca, Spagnola)

- area letteraria (Letteratura italiana contemporanea, Letteratura italiana, Linguistica italiana)

- area economica (Economia politica, Politica economica, Economia applicata, Economia e gestione delle imprese, Economia aziendale, Statistica)
- area giuridica (Diritto privato, Istituzioni di diritto pubblico, Diritto amministrativo, Diritto dell'unione europea, Diritto dell'informazione e della comunicazione)
- area delle scienze umane (Pedagogia generale e sociale, Pedagogia sperimentale, Psicologia generale, Psicologia sociale, Psicologia del lavoro e delle organizzazioni ecc.)
- area delle metodologie critiche e arti della comunicazione (Disegno, Sistemi di elaborazione delle informazioni, informatica, Discipline dello spettacolo, Cinema, fotografia e televisione, Estetica, Filosofia e teoria dei linguaggi, Musicologia e storia della musica).

5. Le lacune nelle conoscenze di base relative alle aree disciplinari in cui non siano stati acquisiti CFU dovranno essere colmate con un percorso di ingresso personalizzato, stabilito da apposita Commissione.

Obiettivi formativi specifici del corso

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

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

Per raggiungere tali obiettivi il Corso di Laurea Magistrale LM-19 intende attivare insegnamenti che si prefiggono di dare una formazione interdisciplinare nel campo della creazione e della gestione delle informazioni, della realizzazione di forme testuali e ipertestuali semiologicamente complesse e funzionali alla rete negli ambiti prima elencati. I laboratori che faranno parte integrante del percorso formativo dei nostri studenti offriranno opportunità di sperimentare le competenze acquisite in situazioni lavorative simulate, sotto la supervisione di un docente esperto; le attività di tirocinio e stage saranno organizzate in modo che siano funzionali agli obiettivi del corso stesso. Per la definizione delle attività di tirocinio e stage si rinvia al piano di Studi inserito in allegato 7.

Gli obiettivi espressi saranno conseguiti tramite: lezioni frontali, studio individuale, corsi di eccellenza; partecipazione attiva a laboratori di approfondimento; partecipazione a gruppi di lavoro per la realizzazione di prodotti multimediali, pubblicitari ed editoriali; esperienze di tirocinio professionale supportate da attività di tutorato e supervisione. L'apprendimento atteso sarà a sua volta verificato tramite: prove intermedie e finali, tesine scritte, esercitazioni pratiche, analisi di case history, redazione di brevi relazioni su seminari, convegni di settore.

Risultati di apprendimento attesi:

- **Conoscenza e comprensione e capacità di utilizzare conoscenza e comprensione**

Area Economico-Aziendale e Giuridica

Conoscenza e comprensione

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

Sul piano aziendale, il percorso formativo si propone di fornire le conoscenze teoriche e tecniche inerenti la comunicazione d'impresa con riferimento alla sua declinazione organizzativa, istituzionale, economico - finanziaria e di mercato. Particolare enfasi sarà data all'approfondimento degli aspetti che riguardano la comunicazione di marketing sul digitale.

Sul piano giuridico, il percorso formativo si propone di fornire la conoscenza del sistema di regole, nazionali, europee ed internazionali, concernenti la disciplina della rete internet, con particolare riguardo al regime giuridico ed ai diritti e poteri dei principali soggetti della rete (utenti, provider, autorità pubbliche) ed al regime del diritto dell'informazione e della comunicazione in rete. In particolare formano oggetto di approfondimento le discipline giuridiche della privacy, del diritto d'autore, del nome a dominio, riferite alla comunicazione ed informazione attraverso la rete internet.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sul piano economico, l'obiettivo è quello di dotare gli studenti dei metodi d'indagine necessari per poter comprendere le principali problematiche economiche generate dalla presenza di storture nel contesto informativo digitale. In particolare gli studenti dovranno conoscere il ruolo della comunicazione all'interno dei principali aggregati macroeconomici ed essere in grado di redigere rapporti di comunicazione manifestando padronanza del linguaggio tecnico e consapevolezza del metodo d'indagine.

Sul piano aziendale, la formazione impartita offre la possibilità di conoscere i metodi e gli strumenti necessari per poter contribuire alla presa delle decisioni strategiche ed operative inerenti la comunicazione orientata al mercato nonché essere in grado di poterle implementare utilizzando tutto il ventaglio di strumenti che l'evoluzione tecnologica e il digitale offrono.

Sul piano giuridico, il percorso formativo ha come obiettivo di fornire allo studente il bagaglio minimo di conoscenze giuridiche necessarie per utilizzare correttamente, anche sotto il profilo professionale e lavorativo, la rete internet. In particolare, si intende fornire adeguata capacità di riconoscere e comprendere le problematiche giuridiche connesse alla comunicazione ed informazione in rete in riferimento alla tutela della privacy, alla tutela del diritto d'autore, alla editoria digitale.

L'insieme delle conoscenze e capacità di comprensione sopra menzionate è acquisito partecipando attivamente alle attività didattiche (lezioni, esercitazioni, laboratori) e attraverso lo studio individuale, anche utilizzando testi in lingua inglese. In particolare è da segnalare che le attività didattiche si caratterizzano per un alto grado di interattività, in modo da situare il più possibile le conoscenze teoriche e metodologiche in un contesto applicativo. In questo senso, l'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni.

La verifica dell'iter formativo prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento che accerterà la padronanza degli istituti giuridici, economici ed aziendali fondamentali e il loro funzionamento. Nella prova finale dovranno emergere capacità di analisi critica in un contesto di ricerca applicato ai temi specifici dell'ambito disciplinare. Gli studenti possono inoltre, partecipando al programma Erasmus, acquisire particolari conoscenze specifiche di settore

presso le numerose sedi convenzionate.

Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner, che ha dimostrato di adempiere anche ad un'importante funzione di placement.

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

COMUNICAZIONE DI MARKETING E SOCIAL MEDIA
DIRITTO PUBBLICO DI INTERNET
ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE
ECONOMIA DELL'IMPRESA E DEL TERRITORIO
LABORATORIO: IL PIANO DI MARKETING

Area linguistico storico letteraria

Conoscenza e comprensione

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

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

Non mancheranno nell'offerta formativa i fondamentali riferimenti e alle tendenze del mercato nazionale, europeo ed americano, elementi costitutivi dei modelli testuali e indispensabili per individuare i profili del pubblico e gli stili di consumo dei fruitori.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le skills descritte forniranno gli strumenti necessari per costruire abilità professionalizzanti finalizzate all'inserimento nel mondo del lavoro, ricoprire incarichi di responsabilità creative e/o manageriali nell'ambito dei linguaggi digitali culturali, giornalistici, editoriali e nel settore del letterario diffuso ed elettronico; per redigere testi, promuovere strategie promozionali (il booktrailer) e format paratestuali adeguati al mercato globale; approntare supporti per la fruizione attraverso mobile, social ed e-book. Il possesso di queste conoscenze e capacità è verificato tramite il superamento delle prove d'esame; durante le lezioni sono attivati momenti di rielaborazione personale di temi di approfondimento degli argomenti trattati nei corsi (provenienti anche dalle bibliografie in lingua inglese), diretti anche a migliorare l'efficacia espressiva e comunicativa. La dimensione esperienziale si attua anche nella partecipazione alle attività didattiche integrative (esercitazioni, laboratori) che arricchiscono lo studio individuale. In tal senso le attività didattiche presentano un alto grado di interattività e di analisi, in modo da applicare il più possibile le conoscenze teoriche e metodologiche a precisi casi di studio. Risultano particolarmente efficaci le tecniche di esposizione multimediali che rappresentano anche oggetto di studio. La verifica delle competenze acquisite prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo oppure di una presentazione multimediale; nella prova finale, dovranno emergere capacità di analisi critica e idee originali in un contesto di ricerca applicato ai temi della comunicazione editoriale, letteraria o multimediale e dell'industria culturale.

L'ambito in oggetto prevede anche qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a professionisti esterni. Gli studenti possono inoltre, partecipando al programma Erasmus, acquisire specifiche conoscenze di settore presso le numerose sedi convenzionate.

Un ruolo formativo significativo in questo ambito è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner.

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

LABORATORIO DI STORIA DELLA COMUNICAZIONE IN ETA' MODERNA
LETTERATURA DIGITALE
LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE
STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI
STORIA DELLA COMUNICAZIONE IN ETÀ MODERNA
LABORATORIO DI SCRITTURE BREVI: IL BLOG IN AULA

Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane

Conoscenza e comprensione

L'Area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane consente di sviluppare conoscenze nell'ambito delle culture digitali e dei social media, con particolare attenzione alla rilevanza sociale e etica delle nuove tecnologie nel processo comunicativo in tutti gli ambiti in cui viene richiesto dal mondo del lavoro sia in fase progettuale sia in fase realizzativa. La finalità che si vuole raggiungere è duplice: favorire l'analisi critica nella gestione dell'informazione e promuovere gli strumenti e le tecniche della comunicazione in particolare digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Rispetto alla possibilità di applicazione delle conoscenze acquisite, l'area sociologica, della comunicazione e delle scienze umane consente di sperimentare nuovi modelli organizzativi e relazionali più flessibili e adattabili ai contesti della Rete; conferisce, inoltre, la capacità di applicare strategie e tecniche di comunicazione digitale nei diversi ambiti dell'agire con una competenza sulle dinamiche psicosociali dei contesti di riferimento. A tale fine, le attività didattiche sono svolte in modo da privilegiare un coinvolgimento attivo degli studenti che sono chiamati a confrontarsi tra di loro e con i docenti, anche attraverso simulazioni, e a realizzare elaborati o progetti sui contenuti degli insegnamenti.

Le attività didattiche sono poi integrate da laboratori dedicati a sviluppare i contenuti più operativi, così come sono previsti interventi di professionisti esterni.

La verifica delle nozioni apprese prevede il superamento della prova d'esame di ciascun insegnamento, eventuale redazione di elaborati e progetti individuali o di gruppo collegati ai singoli insegnamenti oppure di una presentazione multimediale; nel definitivo momento di verifica, prova finale, dovranno emergere idee originali in un contesto di ricerca.

Lo stage obbligatorio, svolto presso organizzazioni altamente coerenti con gli obiettivi formativi del corso e focalizzato sulla base di uno specifico progetto formativo individuale, contribuisce ulteriormente a rafforzare le capacità di applicare le conoscenze acquisite a nuove tematiche.

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

CINEMATOGRAFIA DIGITALE
COMUNICAZIONE PUBBLICA E OPEN GOVERNMENT
ETICA DEI MEDIA
FORMAZIONE ALLE COMPETENZE TRASVERSALI
LABORATORIO DI POLITICA DELLE INNOVAZIONI ISTITUZIONALI
MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI
PROGETTAZIONE DEI SISTEMI MULTIMEDIALI
PSICOLOGIA POLITICA
PUBBLICITÀ E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE
LABORATORIO: "CREAZIONE E MONTAGGIO DI PRODOTTI AUDIOVISIVI DIGITALI"
LABORATORIO DI ARTE VISUALE E TECNOLOGIA
LABORATORIO DI TECNICA E PRATICA DELLA RADIO DIGITALE

- **Autonomia di giudizio, abilità comunicative e capacità di apprendimento**

Autonomia di giudizio	I laureati con il nostro percorso formativo sviluppano la capacità di: - formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera indipendente la propria valutazione sullo stato effettivo dei processi di comunicazione; - inserire l'uso di innovative tecnologie digitali in un approccio teorico umanistico di riferimento e pertinente alle dinamiche della comunicazione mobile e di rete; - lavorare per obiettivi e procedere per problem setting/problem solving; - padroneggiare metodologie di ricerca e strumenti per l'analisi dei dati e conoscenza dei quadri normativi riferibili alla comunicazione; Inoltre: analizzare criticamente il rapporto tra media, marketing e azione sociale; valutare e scegliere le migliori strategie semiologiche, testuali e promozionali per un determinato prodotto culturale in relazione anche al diverso contesto di riferimento e di mercato; decodificare le strutture profonde dei linguaggi, dei testi e dei discorsi sociali, nelle loro diverse forme, nei loro mezzi di espressione e di manifestazione e nella loro mutabilità storica.	
Abilità comunicative	I laureati attraverso l'approfondimento di insegnamenti specifici sono in grado di: - utilizzare tecnologie multimediali e culturali della comunicazione e del ciclo di gestione dei progetti, per rispondere alle continue innovazioni in questo ambito garantendo l'efficacia finale dei servizi digitali; - rappresentare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto e al quadro normativo; - lavorare in gruppo, collaborando con altre figure professionali e gestendo situazioni conflittuali attraverso una comunicazione efficace; - utilizzare abilità linguistiche orali e scritte oltre che in italiano anche nella lingua inglese. Inoltre: progettare, produrre e distribuire testi creativi e di supporto ai diversi contesti comunicativi; conoscere e sviluppare piani di comunicazione di un evento culturale e promuovere la partecipazione degli attori socio-economici del territorio; possedere abilità di progettazione, realizzazione e direzione di campagne di comunicazione sociale e istituzionale; gestire l'informazione in ambito giornalistico, delle imprese culturali ed editoriali.	

Capacità di apprendimento	I laureati maturano un bagaglio tecnico e culturale che permette loro di intraprendere qualsiasi percorso formativo ulteriore post laurea o richiesto dal contesto lavorativo in cui sono inseriti. I nostri laureati inoltre sviluppano la capacità di operare sia individualmente che in gruppo, la capacità di progettare la propria ulteriore formazione professionale e culturale adeguata al contesto in cui operano, la capacità di utilizzare con pertinenza le fonti di ricerca bibliografica e di armonizzare, integrandoli, i punti di vista delle differenti discipline.
----------------------------------	--

Prova finale

La prova finale consisterà in un elaborato che dimostri la padronanza degli argomenti specifici del percorso formativo, la capacità di operare in modo autonomo ed anche di usare una metodologia adeguata .

SEZIONE B ESPERIENZA DELLO STUDENTE

Descrizione dei metodi di accertamento

La valutazione avviene in modo orale e/o scritto. Vengono valutati il grado di conoscenza e di comprensione degli argomenti in programma, il possesso del lessico specifico della disciplina, la precisione scientifica delle nozioni, la capacità di applicare i concetti a singoli casi di studio caratterizzanti, la correttezza e l'efficacia dell'espressione, la rielaborazione autonoma, originale e critica dei contenuti studiati.

Ogni "scheda insegnamento", in collegamento informatico al Quadro A4-b, indica, oltre al programma dell'insegnamento, anche il modo cui viene accertata l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento da parte dello studente.

Docenti titolari di insegnamento

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DI MARKETING E SOCIAL MEDIA	GISTRI GIACOMO	RU	8	40	
2.	IUS/10	Anno di corso 1	DIRITTO DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI	SUA-CDS SUA-CDS		8	40	
3.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELL'IMPRESA E DEL TERRITORIO	CIASCHINI MAURIZIO	PO	8	60	

4.	SECS-P/02	Anno di corso 1	ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE	PRETAROLI ROSITA	RU	8	40
5.	M-PSI/05	Anno di corso 1	FORMAZIONE ALLE COMPETENZE TRASVERSALI	POJAGHI BARBARA	PO	8	40
6.	SPS/04	Anno di corso 1	LABORATORIO DELLE ISTITUZIONALI DI POLITICA INNOVAZIONI	MAESTRI GIOVANNI EZIO	RU	4	20
7.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCRITTURE BREVI: IL BLOG IN AULA	SUA-CDS CDS	SUA-CDS	4	20
8.	M-STO/02	Anno di corso 1	LABORATORIO DI STORIA DELLA COMUNICAZIONE IN ETA' MODERNA	LAVENIA VINCENZO	RU	4	20
9.	SPS/09	Anno di corso 1	LABORATORIO DI STRATEGIE DI COMUNICAZIONE NEI SOCIAL MEDIA PER LE AZIENDA (LIVELLO AVANZATO)	SUA-CDS CDS	SUA-CDS	4	20
10.	SECS-P/08	Anno di corso 1	LABORATORIO: IL PIANO DI MARKETING	GISTRI GIACOMO	RU	4	20
11.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LETTERATURA DIGITALE	RONDINI ANDREA RAFFAELE	PA	8	40
12.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA INGLESE PER LA COMUNICAZIONE	GABALLO VIVIANA	RU	6	30
13.	SPS/09	Anno di corso 1	MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI	PAVOLINI EMMANUELE	PA	8	40
14.	M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA POLITICA	POJAGHI BARBARA	PO	8	40

15.	L-ART/06	Anno di corso 2	CINEMATOGRAFIA DIGITALE			MANCINO ANTON GIULIO		RU	8	40
16.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE PUBBLICA E OPEN GOVERNMENT			D'AMBROSI LUCIA		RU	8	40
17.	IUS/08	Anno di corso 2	DIRITTO INTERNET	PUBBLICO	DI	CALZOLAIO SIMONE		RU	8	40
18.	M-FIL/03	Anno di corso 2	ETICA DEI MEDIA			GIOVANOLA BENEDETTA		RU	8	40
19.	ING-INF/05	Anno di corso 2	PROGETTAZIONE DEI SISTEMI MULTIMEDIALI			SUA-CDS CDS	SUA-		8	40
20.	L-ART/06	Anno di corso 2	PUBBLICITÀ E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE			SUA-CDS CDS	SUA-		8	40
21.	M-STO/04	Anno di corso 2	STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI			CAROTENUTO GENNARO		RU	8	40
22.	M-STO/02	Anno di corso 2	STORIA COMUNICAZIONE MODERNA	IN	DELLA ETÀ	SUA-CDS CDS	SUA-		8	40

Infrastrutture

Aule

Descrizione link: Il Corso di studi si avvale delle aule del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento e delle aule interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo.

Laboratori e aule informatiche

Descrizione Pdf: Il Corso di studi si avvale delle strutture del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento e delle strutture interdipartimentali messe a disposizione dall'Ateneo

Sale studio

Descrizione Pdf: Il Corso di studi si avvale delle strutture del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento

Biblioteche

Descrizione Pdf: Il Corso di studi si avvale delle strutture del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali, condividendole con gli altri corsi di studio afferenti al medesimo Dipartimento e delle strutture interdepartimentali messe a disposizione dall'Ateneo.

DIPARTIMENTO SCIENZE POLITICHE, DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI					
	AULE				
	aule (nome o numero)	posti	videoproiettore /video LCD	audio diffusione (s/no)	eventuale materiale informatico presente
ex loggia del grano via don minzoni	AULA 1	56	SI	SI	PC
	AULA 1 bis	28	SI	NO	PC
	AULA 2	312	SI	SI	PC
	AULA 3	49	SI	SI	PC
	AULA 3 bis	28	SI	SI	PC
	AULA 4	48	SI	SI	PC
	AULA 6	64	SI	SI	PC
	AULA 7	48	SI	SI	PC
	AULA BUNKER	15	SI	SI	PC
	AULA multimediale	5	SI	SI	PC
ex seminario piazza strambi	AULA AL1	20	SI	SI	PC
	AULA AL2	20	NO	NO	
	AULA ABSIDE	65	SI	SI	PC
	AULA A	140	SI	SI	PC
	AULA BARRAVE	25	NO	NO	
TOTALE POSTI		723			

POLO DIDATTICO D. PANTALEONI (interdipartimentale)					
dati da inserire nelle schede dei soli corsi di studio che usufruiscono delle aule					
	aule (nome o numero)	posti	videoproiettore /video LCD	audio diffusione (s/no)	eventuale materiale informatico presente
Via Pescheria vecchia	AULA BLU	220	SI	SI	PC
	AULA ROSSA 1	28	SI	NO	PC
	AULA ROSSA 2	65	SI	NO	PC
	AULA VIOLA 1	32	SI	NO	PC
	AULA VIOLA 2	32	SI	NO	PC
	AULA VIOLA 3	32	SI	NO	PC
	AULA GIALLA	70	SI	SI	PC
	AULA VERDE	80	SI	SI	PC
TOTALE POSTI		559			

BIBLIOTECA CENTRALE DI ATENEIO			
	aule (nome o numero)	posti	eventuale materiale informatico presente
P.zza Oberdan	BIBL. DIDATTICA	250	
Villa Cola, Via Martiri della Libertà	BIBL. ISTITUTO CONFUCIO	10	
TOTALE POSTI		260	

DIPARTIMENTO SCIENZE POLITICHE, DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI			
	sala (nome o numero)	posti	eventuale materiale informatico presente
ex seminario piazza strambi	BIBL. DIRITTO PUBBLICO E TEORIA DEL GOVERNO	38	
ex loggia del grano via don minzoni	BIBL. STUDI SUL MUTAMENTO SOCIALE, ISTITUZIONI GIURIDICHE E COMUNICAZIONE	54	
Vicolo delle Scuole	CENTRO DOCUMENTAZIONE SUI PARTITI POLITICI	10	
ex loggia del grano via don minzoni	BIBL. SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	11	
TOTALE POSTI		113	

DIPARTIMENTO SCIENZE POLITICHE, DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI				
POSTAZIONI INFORMATICHE				
	sala (nome o numero)	posti	stampante (s/no)	eventuale altro materiale informatico presente
ex loggia del grano via don minzoni	AULA BUNKER	15	NO	PC
TOTALE POSTI		15		

POLO DIDATTICO D. PANTALEONI / LABORATORI INFORMATICI					
	aule (nome o numero)	posti	videoproiettore /video LCD	audio diffusione (s/no)	eventuale materiale informatico presente
Via Armeroli	AREA CO-WORKING	5	NO	NO	PC
	AULA 1.1	39	SI	SI	PC
	AULA 1.2	20	SI	SI	PC
	AULA 1.3	25	SI	SI	PC
	AULA 2.1	17	SI	SI	PC
	AULA 2.2	13	SI	SI	PC
	AULA 2.3	13	SI	SI	PC
TOTALE POSTI		132			

DIPARTIMENTO SCIENZE POLITICHE, DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI			
SALE STUDIO/LETTURA			
	sala (nome o numero)	posti	eventuale materiale informatico presente
ex seminario piazza strambi	DIRITTO PUBBLICO E TEORIA DEL GOVERNO	38	
ex loggia del grano via don minzoni	STUDI SUL MUTAMENTO SOCIALE	54	
ex loggia del grano via don minzoni	COMUNICAZIONE	11	
TOTALE POSTI		103	

ORIENTAMENTO IN INGRESSO

Lo svolgimento delle attività di Orientamento è chiaramente vincolato all'accreditamento del corso. In ogni caso, è possibile indicare alcune attività che saranno avviate in caso di attivazione del Corso. Le attività saranno implementate sia a livello di Ateneo, in particolare dall'Ufficio orientamento e diritto allo studio (Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti), sia a livello di Corso di Studio.

A livello di Ateneo saranno attivate le seguenti risorse:

- _ InfoPoint: attività di informazione, orientamento e accoglienza rivolto a tutta l'utenza universitaria e agli studenti che si avvicinano per acquisire informazioni finalizzate alla scelta con l'implementazione della Piattaforma STAY IN. Tale strumento è finalizzato a monitorare il flusso informativo degli studenti che si rivolgono al servizio INFOPOINT rendendo la gestione dell'informazione strutturate e condivisa con i vari attori coinvolti. Il servizio dell'INFOPOINT è attivo tutti i giorni dalle 9,30 alle 13,30 e il martedì e giovedì dalle 15,00 alle 17,00;
- _ Laurea Magistrale Day (LM-Day): giornata di incontro con gli studenti in cui i singoli corsi organizzano una presentazione dell'offerta formativa magistrale;
- _ Servizio INTERNATIONAL WELCOME DESK all'interno dell'INFOPOINT dedicato all'accoglienza e all'informazione per gli studenti stranieri con orario: martedì e giovedì dalle ore 9,30 alle 13,30 giovedì dalle ore 15,00 alle 17,00;
- _ Open Day: giornate di accoglienza organizzate nel periodo estivo con possibilità per gli studenti di partecipare a lezioni universitarie e di incontrare i docenti universitari;
- _ Giornata della matricola: Open Day dedicata alla matricola;
- _ Progetto TORRE: Tavolo orientamento regionale composto dai quattro Atenei marchigiani, le Province della Regione coordinato dall'Assessorato alla formazione della Regione;
- _ Saloni Nazionali: partecipazione alle principali fiere di orientamento sul territorio nazionale;
- _ Servizio per studenti disabilità e DSA: accoglienza e supporto in ingresso agli studenti con disabilità e/o disturbi dell'apprendimento attraverso interventi mirati volti a garantire il diritto allo studio e a facilitare l'inserimento nel tessuto universitario;
- _ Consulenza orientativa specializzata per studenti disabili: progetto articolato in tre incontri (studente, famiglia, docenti/tutor/operatori) per favorire una scelta consapevole e del percorso formativo e favorire l'ingresso nel mondo universitario

A livello di Corso di Studio, saranno attivate le seguenti risorse:

Nell'ambito del "Progetto Lauree Magistrali", attivato dall'Ateneo e mirato all'analisi dell'offerta e alla promozione delle lauree magistrali, i Corsi di Studio del Dipartimento SPOCRI hanno attivato azioni rivolte all'orientamento in ingresso delle lauree magistrali. In caso di attivazione, si propone di seguire le medesime azioni; nello specifico:

- Incontri con gli studenti del terzo anno della laurea triennale di riferimento, finalizzati alla presentazione dell'offerta formativa nazionale, degli sbocchi professionali, degli esiti occupazionali e dei punti di forza del corso magistrale offerto.
- Attività mirate alla promozione attraverso social network e piattaforme multimediali: potenziamento della pagina Facebook del Dipartimento con costanti aggiornamenti e creazione di eventi; realizzazione un breve video illustrativo del CdS, diffuso attraverso Facebook e YouTube.

Orientamento e tutorato in itinere

In caso di attivazione del Corso, le attività che saranno avviate saranno implementate sia a livello di Ateneo, in particolare dall'Ufficio orientamento e diritto allo studio (Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti), sia a livello di Corso di Studio.

A livello di Ateneo saranno attivate le seguenti risorse:

Le Attività di orientamento in itinere vengono messe in campo dall'Ufficio orientamento e diritto allo studio (Area per la Didattica, l'Orientamento e i Servizi agli Studenti) in collaborazione con i singoli Dipartimenti e con il coinvolgimento di tutti gli studenti dell'Ateneo.

Nell'anno 2015 verranno sviluppate specifiche azioni di tutorato in itinere, su indicazione del Rettore, connesse al progetto I CARE, finalizzate al monitoraggio delle carriere e alla verifica dei CFU acquisiti, per contenere gli esiti di fuori corso o abbandoni.

Nel primo anno saranno monitorate le carriere delle matricole per prevenire ritardi e dispersioni.

In particolare le azioni di orientamento in itinere sono:

- _ Coordinamento azioni di tutorato previste nei singoli Dipartimenti;
- _ Servizio di supporto al tutorato: tutor c/o il servizio Infopoint e nei Dipartimenti che supportano lo studente nel percorso

universitario;

_ Realizzazione di video tutorial on line su temi quali: la motivazione allo studio; come prendere gli appunti; leggere un testo; le motivazioni ad apprendere ecc.

_ Seminari di tutorato in itinere sulle stesse tematiche;

_ Predisposizione di Linee Guida sul servizio di tutorato dei docenti;

_ Azioni di promozione delle lauree magistrali;

_ Consulenza orientativa specializzata rivolta agli studenti in itinere per sostenerli nel momento di difficoltà;

_ Tutorato specializzato per studenti disabili e con DSA: accoglienza e supporto in itinere agli studenti con disabilità attraverso interventi mirati (supporto allo studio) volti a garantire il diritto allo studio e l'integrazione nel contesto universitario;

_ Consulenza orientativa specializzata per studenti disabili e con DSA: dopo il primo step di presa in carico dello studente, il servizio viene riproposto durante il percorso di studio per verificare l'efficacia degli interventi qualora sia necessario;

_ Salotto dell'Orientamento - ciclo di incontri di approfondimento su tematiche proposte dall'ateneo e dagli studenti (professioni, metodo di studio,) per condividere in piccoli gruppi argomenti di interesse utili al proseguimento del percorso formativo;

Inoltre sono messe in campo iniziative di orientamento specifiche in itinere all'interno di contenitori generali di Ateneo per lo sviluppo di soft skills:

_ Unifestival - Festival nazionale degli studenti universitari;

_ Musicultura Festival: Redazione e Giuria Universitaria, per fornire agli studenti dell'Ateneo la possibilità di confrontarsi con una

realità organizzativa di livello nazionale e con il mondo della canzone d'autore;

_ Opera Festival: Laboratorio per studenti;

_ Sperimentazione di validazione delle competenze trasversali agli studenti che partecipano alle attività di Alternanza

Scuola/lavoro.

A livello di Corso di Studio, saranno attivate le seguenti risorse:

Il Corso di Studio si propone di applicare le indicazioni del progetto di Ateneo I Care, in vista dell'implementazione di specifiche azioni di tutorato in itinere per gli studenti.

SEZIONE C RISULTATI DELLA FORMAZIONE

Dati non inseriti perché corso di nuova attivazione

SEZIONE D ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA QUALITA'

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

La struttura organizzativa e le responsabilità a livello di Ateneo e nelle sue articolazioni interne sono descritte nel file allegato (AQ della formazione reperibile alla pagina

http://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/documenti/P01_aqdellaformazionerev_2.pdf

L'Ateneo di Macerata da alcuni anni ha avviato un processo di miglioramento dell'organizzazione e della gestione della qualità. A tal fine ha creato una pagina web dedicata a tale tema nel sito dell'Ateneo, con una particolare attenzione al tema dell'organizzazione e della gestione della qualità rispetto all'attività didattica (<http://www.unimc.it/it/qualita/didattica>).

In particolare l'Ateneo di Macerata ha adottato, nel tempo, numerosi strumenti in grado di monitorare, valutare e migliorare le performance in ambito didattico, fra cui:

- l'adozione di un Sistema integrato per la qualità di Ateneo ai sensi della norma ISO 9001:2000 (e poi 2008), prima relativamente ad alcune singole strutture didattiche e poi conseguendo la certificazione di qualità per l'intero Ateneo negli anni 2008-2012. Vista l'adozione di un sistema ministeriale di certificazione della qualità e la creazione dell'ANVUR, è stato ritenuto ridondante il mantenimento concomitante del sistema ISO, che pertanto è stato unificato con il nuovo sistema AVA;

- la creazione, con il passaggio alla nuova organizzazione ai sensi della L.240/2010, di un'apposita Area didattica, più capace di presidiare i vari processi che coinvolgono la didattica;

- l'adozione di un piano delle performance per gli anni 2013-18 che individui, relativamente alla didattica, gli elementi qualificanti e caratterizzanti e gli obiettivi strategici da perseguire.

In questa ottica l'ateneo di Macerata si è candidato per il 2015 per la visita delle CEV.

Una serie di documenti inquadrano l'approccio dell'Ateneo rispetto a tale tema.

Nel Piano strategico 2013-2018: scaricabile al sito

<http://www.unimc.it/it/ateneo/amministrazione/direzione-generale/pianificazione/pianificazione/documenti/piano-strategico-2013-2018> vengono individuate le aree di migliorabilità della qualità nell'area della didattica. In particolare il Piano individua come due macro-obiettivi e strategie nel campo della didattica (p. 89 e ss.):

A) lo sviluppo di competenze e flessibilità e l'innovazione e internazionalizzazione nella didattica, adottando quali strategie:

- lo sviluppo di attività di confronto interno volte a condividere percorsi per l'innovazione della didattica, con particolare attenzione alle metodologie utili per insegnare ad apprendere nella prospettiva della formazione permanente e per sviluppare le abilità trasversali, in particolare della capacità di lavorare in gruppo.;
- la razionalizzazione dell'offerta didattica nel senso della sostenibilità e dell'efficacia promuovendo lauree triennali con la creazione di corsi interclasse in dimensione anche interdipartimentale (pure ai fini della sostenibilità della docenza), corsi di laurea magistrale pienamente place specific (a Macerata lo studente deve trovare indirizzi, profili del tutto caratterizzati), lauree a doppio titolo che vanno nella direzione sopra indicata e rafforzano le competenze linguistiche, master pienamente professionalizzanti: altamente specialistici e con organizzazione interdipartimentale, tra più aree di ricerca e SSD, in collaborazione con le imprese e le altre istituzioni del territorio, la dimensione formativa del terzo ciclo, anche in chiave di forte internazionalizzazione e di rapporti con il mondo delle imprese;
- il rafforzamento dell'insegnamento della lingua inglese nei primi 3 anni di iscrizione (lauree triennali), investendo sul Centro linguistico di Ateneo, creando più intense sinergie tra il Centro stesso e i docenti-ricercatori di lingua inglese presenti in Ateneo, motivando di più gli studenti e avviando più strette collaborazioni con la direzione scolastica regionale;
- l'innalzamento del livello di l'internazionalizzazione della didattica, consolidando e qualificando ulteriormente gli scambi ERASMUS, anche con apposite azioni per rendere più semplice ed efficace il riconoscimento dei crediti formativi e rendendo l'Ateneo sempre più attrattivo per gli studenti stranieri (con obiettivo di almeno il 6% di iscritti), ampliando l'offerta in lingua inglese o in altre lingue (lauree a doppio titolo), anche offrendo moduli erogati in lingua straniera.
- il maggiore coordinamento tra i corsi di laurea la formazione su ICT;
- l'incremento dell'offerta didattica a distanza;
- il consolidamento e lo sviluppo dell'organizzazione di corsi di formazioneo di riqualificazione professionale specificamente rivolti alle aziende (private – profit e non profit) e alle amministrazioni pubbliche.

B) la garanzia di servizi di supporto e la promozione di ambienti funzionali al pieno sviluppo dell'esperienza formativa e della vita sociale dello studente, adottando quali strategie:

- il rafforzare fortemente il tutorato nel primo anno e nella scelta della laurea magistrale;
- il monitorare, riqualificare e indirizzare alla massima qualità l'intero sistema di stage e placement con il pervasivo coinvolgimento dei docenti;
- Il valutare la possibilità di sviluppare servizi di supporto a studenti con disturbi specifici dell'apprendimento (dislessia, discalculia, disgrafia e disortografia) anche attraverso e-learning;
- Il consolidare e sviluppare le biblioteche accademiche come luoghi destinati, oltre che alle attività di ricerca bibliografica e allo studio, a favorire, in un contesto culturale avanzato, accademico e territoriale, l'aggregazione sociale, lo scambio, la crescita;
- Il valorizzare e migliorare i laboratori informatici al fine di mantenere vivo l'interesse dello studente per un apprendimento supportato da tecnologie avanzate.
- Il promuovere contesti favorevoli anche al pieno sviluppo della vita sociale, culturale e civile dello studente (servizi città/Ateneo; caffè letterario; spazio aperto per il co-working; Unifestival; sport).

Rispettivamente nelle pagine 95-97 e nelle pagine 101-102 del medesimo documento di programmazione vengono previste, per ognuna delle strategie sopra riportate e individuate in maniera puntuale le figure responsabili per il conseguimento degli obiettivi, le azioni previste per il triennio 2013-2018 e gli indicatori di azione e di misurazione del conseguimento di tali obiettivi.

Altri documenti arricchiscono e integrano le politiche della qualità sviluppate a livello di Ateneo, quali, ad esempio, il Programma Triennale di Sviluppo (PRO3) 2013-2015 e il Piano delle Performance 2013-15.

La tabella sotto riportata illustra le indicazioni puntuali rispetto agli obiettivi, azioni, linee di intervento e indicatori sviluppati nel Programma Triennale di Sviluppo (PRO3) 2013-2015.

Tabella 3 – Obiettivi, azioni, linee di intervento e indicatori scelti da UniMC

PROMOZIONE DELLA QUALITA' DEL SISTEMA UNIVERSITARIO	
1 - Azioni di miglioramento dei servizi per gli studenti	
a - Azioni di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita dal percorso di studi ai fini della riduzione della dispersione studentesca e ai fini del collocamento nel mercato del lavoro	
	a1 - Numero di studenti che si iscrivono al II anno dello stesso corso di laurea o laurea magistrale a ciclo unico (L, LMCU) avendo acquisito almeno 40 CFU in rapporto alla coorte di immatricolati nell'a.a. t-1.
	a5 - Proporzione di laureati occupati ad un anno dal Titolo (LMCU, LM) .
b - Dematerializzazione dei processi amministrativi per i servizi agli studenti	
	b1 - Numero di processi amministrativi dematerializzati.
	b2 - Tempi di messa a regime del processo dematerializzato (2014 o 2015).
c - Formazione a distanza erogata dalle Università non telematiche	
	c1 - Numero corsi di studio (L, LMCU, LM) offerti integralmente in teledidattica o in modalità "blended ".
	c2 - Numero tutor/Numero studenti iscritti a corsi di studio (L, LMCU, LM) offerti in teledidattica, ovvero in modalità "blended ".
2 - Promozione dell'integrazione territoriale anche al fine di potenziare la dimensione internazionale della ricerca e della formazione	
a - Programmazione e realizzazione di obiettivi congiunti tra università ed enti di ricerca	
	a3 - Numero di docenti di istituzioni universitarie straniere (visiting professor), cui è stato assegnato un corso ufficiale o comunque con periodi di presenza certificati di almeno tre mesi.
c - Attrazione di studenti stranieri	
	c2 - Proporzione di studenti iscritti al I anno dei corsi di Laurea Magistrale (LM) in possesso di titolo di studio conseguito all'estero.
	c4 - Proporzione di studenti stranieri iscritti al I anno nei corsi di studio (L, LMCU, LM) offerti integralmente in lingua straniera.
d - Potenziamento dell'offerta formativa relativa a corsi in lingua straniera di I, II e III livello anche in collaborazione con Atenei di altri Paesi con rilascio del Titolo Congiunto e/o del Doppio Titolo	
	d2 - Numero corsi di Laurea Magistrale internazionali (LM) con titolo congiunto, titolo doppio o titolo multiplo.
	d3 - Numero di corsi di studio (L, LMCU, LM) offerti in lingua straniera.
e - Potenziamento della mobilità a sostegno di periodi di studio e tirocinio all'estero degli studenti	
	e2 - Numero di studenti in mobilità all'estero.
	e3 - Proporzione di CFU conseguiti all'estero.
DIMENSIONAMENTO SOSTENIBILE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO	
3 - Riassetto dell'offerta formativa da realizzarsi attraverso uno o più dei seguenti interventi	
b - Riduzione del numero di corsi di laurea e di laurea magistrale attivati presso sedi universitarie decentrate non sorretti da adeguati standard di sostenibilità finanziaria, numerosità di studenti, requisiti di docenza, delle infrastrutture e di qualità della didattica e della ricerca	
	b2 - Numero di corsi di studio (L, LMCU, LM) presenti in sedi decentrate.

Ugualmente il Piano della performance 2013-2015 riporta gli obiettivi strategici rispetto all'offerta formativa e la loro operativizzazione. In particolare nelle pagine pp. 30-33 di tale documento illustrazione obiettivi, azioni, indicatori, referenti e coordinatori per ogni azione, gli indicatori proposti dal MIUR (si veda

<http://www.unimc.it/ateneo/amministrazione/direzione-generale/pianificazione/pianificazione/piano-delle-performance>).

Infine in un'ottica consolidamento e sul miglioramento continuo della qualità dei corsi di studio, a partire dal 2014 si sono istituzionalizzati: un incontro annuale tra il Presidio di qualità e il Senato accademico, al fine di incentivare un più costante raccordo e coordinamento tra i due organismi; tavoli della didattica che coinvolgono i Direttori di dipartimento, i Responsabili amministrativi e delle unità organizzative didattica e studenti dei dipartimenti, i docenti delegati alla didattica e il personale dell'Area per la didattica, l'orientamento e i servizi agli studenti al fine di assicurare il confronto, la condivisione, la progettazione comune, il dialogo e la soluzione delle

criticità, nonché di agevolare una visione orizzontale del processo della didattica. I tavoli hanno anche la finalità di proporre il tema dell'assicurazione della qualità nei corsi di studio, alla luce del sistema integrato di autovalutazione, valutazione periodica e accreditamento (AVA).

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del corso di studi

Per garantire una diffusione capillare dell'Assicurazione Qualità, accanto al livello centrale, costituito dal Presidio, con il supporto dell'Area per la didattica, l'orientamento e i servizi agli studenti, l'organizzazione dell'AQ si articola a livello periferico nelle seguenti figure:

Responsabile AQ di Dipartimento, coadiuvato da almeno una unità di PTA, che svolge le seguenti funzioni:

- Promuove, guida, sorveglia e verifica l'efficacia delle attività di AQ all'interno del Dipartimento
- Garantisce il corretto flusso informativo tra il Presidio Qualità di Ateneo ed i Referenti Qualità di Corso di Studio
- Monitora, in collaborazione con i RQ di CdS, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto
- Coordina lo svolgimento di audit interni;

Responsabile AQ di CdS, coadiuvato dal gruppo AQ del CdS, che svolge le seguenti funzioni:

- Promuove, guida, sorveglia e verifica l'efficacia delle attività di AQ all'interno del Corso di Studio
- Collabora alla compilazione della scheda SUA-CdS
- Collabora, come membro del GR, alla stesura dei Rapporti Annuale e Ciclici di Riesame CdS
- Promuovere qualsiasi altra iniziativa volta al miglioramento della didattica, avendo cura di darne adeguata evidenza nelle procedure di qualità
- Monitora, in collaborazione con il RAQ di Dipartimento, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto, inclusi quelli erogati in modalità centralizzata;
- Informa tempestivamente il PCCU/PCC di qualunque problema riguardante il corretto svolgimento delle attività didattiche, anche in base alle segnalazioni degli studenti.

Docenti di riferimento del CdS che concorrono alla definizione e partecipano alla implementazione dell'intero processo di assicurazione della qualità a livello di Corso e in particolare partecipano a tutte le attività previste e svolte dall'AQ con funzioni di indirizzo, supporto ed implementazione.

Fra le attività svolte, coinvolgendo i restanti membri del corpo docente del CdS, vi è l'attività di coordinamento della didattica. Su base annuale ed in fase di elaborazione degli allegati C relativi ai contenuti e alle forme della didattica nei singoli corsi impartiti, i docenti di riferimento coordinano attività di incontro e di scambio di informazioni e di discussione sui contenuti dei singoli corsi per aree didattiche omogenee in modo tale da assicurare l'integrazione ed evitare sovrapposizioni fra i contenuti dei programmi nei vari corsi impartiti. Le aree didattiche individuate sono le seguenti: area storica; area socio-psicologica ed organizzativa; area economico-giuridica; area della comunicazione e linguistica.

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

il documento caricato in SUA è reperibile alla pagina di unimc:

<http://www.unimc.it/it/qualita/sistemaAQ/documenti/P02.ALL1Scadenzario.pdf>)

Docenti di riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD	Incarico didattico
1.	GIOVANOLA	Benedetta	M-FIL/03	RU	1	Caratterizzante	1. ETICA DEI MEDIA
2.	GISTRI	Giacomo	SECS-P/08	RU	1	Caratterizzante	1. COMUNICAZIONE DI MARKETING E SOCIAL MEDIA

3.	PAVOLINI	Emmanuele	SPS/09	PA	1	Caratterizzante	1. MODELLI ORGANIZZATIVI, RETI E PROCESSI COMUNICATIVI
4.	POJAGHI	Barbara	M-PSI/05	PO	1	Caratterizzante	1. FORMAZIONE ALLE COMPETENZE TRASVERSALI
5.	PRETAROLI	Rosita	SECS-P/02	RU	1	Caratterizzante	1. ECONOMIA DELLA COMUNICAZIONE
6.	CAROTENUTO	Gennaro	M-STO/04	RU	1	Caratterizzante	1. STORIA DEL GIORNALISMO E DEI MEDIA DIGITALI

Ogni docente di riferimento deve avere l'incarico didattico di almeno un'attività formativa nel relativo corso di studio (DM 1059 - Allegato A)

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
GISTRI	GIACOMO
TRAPE'	ILARIA
GIAMMARIA	MARZIA
CATENA	ROBERTA
GIOVANOLA	BENEDETTA
PAVOLINI	EMMANUELE
POJAGHI	BARBARA
PRETAROLI	ROSITA

CAROTENUTO

GENNARO

SPELOZZO

GIANPIERO



Corso di laurea magistrale in
Comunicazione e culture digitali
(Classe LM-19 – Informazione e sistemi editoriali)

PIANO DEGLI STUDI a.a. 2015-2016

<i>Disciplina</i>	<i>SSD</i>	<i>Crediti</i>
I ANNO		
Formazione alle competenze trasversali	M-PSI/05	6
Comunicazione di marketing e social media	SECS-P/08	8
A scelta tra: Letteratura digitale Diritto delle pubbliche amministrazioni	L-FIL-LET/11 IUS/10	8
A scelta tra: Economia dell'impresa e del territorio Economia della Comunicazione	SECS-P/02 SECS-P/02	8
Lingua inglese per la comunicazione	L-LIN/12	8
Modelli organizzativi, reti e processi comunicativi	SPS/09	8
II ANNO		
Comunicazione pubblica e open government	SPS/08	8
Progettazione dei sistemi multimediali	ING-INF/05	8
Diritto pubblico di Internet	IUS/08	8
A scelta tra: Storia del giornalismo e dei media digitali Storia della comunicazione in età moderna	M-STO/04 M-STO/02	8
Etica dei media	M-FIL/03	8
A scelta tra: Cinematografia digitale Pubblicità e strategie di comunicazione digitale	L-ART/06 L-ART/06	8
ATTIVITA' FORMATIVA A SCELTA DELLO STUDENTE/LABORATORI		8
STAGE		4
PROVA FINALE		14
Totale crediti		120