



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di Urbino Carlo Bo
Nome del corso in italiano	Informazione, media, pubblicità (<i>IdSua:1576641</i>)
Nome del corso in inglese	Information, media and advertisement
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.uniurb.it/corsi/1756961
Tasse	Pdf inserito: visualizza
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

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

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	ANTONIONI	Stefania		PA	1	
2.	CORSI	Mario		RU	1	

3.	FARCI	Manolo	PA	1
4.	GIANNINI	Lorenzo	RD	1
5.	MAGNANI	Carlo	RU	1
6.	MIGLIORE	Tiziana Maria	PA	1
7.	MONTESI	Barbara	RD	1
8.	MORETTI	Sabrina	PA	1
9.	TONELLI	Anna	PO	1

Rappresentanti Studenti	De Masi Bruno b.demasi@campus.uniurb.it Fichera Chiara c.fichera1@campus.uniurb.it
Gruppo di gestione AQ	ROBERTA BARTOLETTI LAURA GEMINI LORENZO GIANNINI CHIARA LELLI CARLO MAGNANI
Tutor	Mario CORSI

Il Corso di Studio in breve

09/05/2022

Il Corso di Studio 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 (piattaforme, siti e blog, podcasting, web services, tv digitale mobile e ad alta definizione).

L'obiettivo del Corso di Studio 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 e ai linguaggi del digitale 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.

Link: <https://www.uniurb.it/corsi/1756961> (Pagina web CdS L-20)



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)

24/05/2022

SINTESI DEL TAVOLO DI CONSULTAZIONE DELL'ATENEO SULL'OFFERTA FORMATIVA 2022/2023 CON I RAPPRESENTANTI DELLE ORGANIZZAZIONI RAPPRESENTATIVE NEL MONDO DELLA PRODUZIONE, DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI

Il giorno 17 gennaio 2022 si è riunito, in modalità mista, in presenza e telematica, 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. 2022/23.

Risultano presenti: un delegato del Sindaco del Comune di Urbino, una delegata del Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino, una delegata del Sindaco del Comune di Pesaro, un rappresentante dell'Ufficio Scolastico Regionale - Ambito territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino, una rappresentante della Confindustria di Pesaro e Urbino, una rappresentante della Confederazione Sindacale CGIL, un rappresentante del CCIAA di Pesaro e Urbino, un rappresentante della CNA di Pesaro e Urbino, due rappresentanti della CONFAPI di Pesaro e Urbino, il Presidente e il Segretario della Confcommercio di Pesaro e Urbino, la Dirigente Scolastica del Liceo "Laurana" di Urbino, un

rappresentante dell'Ordine degli Avvocati del Tribunale di Urbino, un rappresentante dell'Ordine dei Commercialisti e Contabili delle Province di Pesaro e Urbino, un delegato del Presidente dell'Ordine dei Farmacisti di Pesaro e Urbino, un rappresentante dell'Ordine dei Geologi della Regione Marche, un rappresentante dell'Ordine degli Architetti della Regione Marche e un rappresentante dell'Ordine degli Psicologi della Regione Marche.

Presiede la seduta il Rettore e partecipano all'incontro anche, il Direttore del Dipartimento DISCUI, Prorettore Didattica, Comunicazione interna ed esterna, il Direttore del Dipartimento DISTUM, Prorettore Programmazione Personale Docente e Processi Assicurazione della Qualità, la responsabile del Settore Didattica, Post Laurea e Formazione Insegnanti e la responsabile dell'Ufficio Offerta Formativa di 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 Prorettore alla Didattica, Comunicazione interna ed esterna ad illustrare il primo punto dell'ordine del giorno.

1. Presentazione offerta formativa 2022-2023

Il Prorettore alla Didattica, Comunicazione Interna ed Esterna, con l'aiuto di slide esplicative, illustra ai presenti l'offerta formativa 2022-2023 dell'Ateneo, corredandola dei dati sull'andamento delle immatricolazioni all'Università di Urbino, da tre anni stabilmente al di sopra delle 15mila unità. Prosegue poi mostrando ulteriori slides che descrivono l'offerta formativa 2022-2023 dell'Ateneo, sottolineando i principi che la guidano, ovvero di affinarla costantemente per adeguarla ai bisogni e alle tendenze della società e definire le filiere dei CdS in modo da consentire agli studenti di completare il proprio percorso formativo all'interno dell'Università di Urbino. Nello specifico, oltre a ricordare i corsi per i quali l'ordinamento viene riproposto senza variazioni, il Prorettore evidenzia le novità dell'offerta.

L'a.a. 2022-2023 prevede l'istituzione di tre Corsi di Studio già accreditati con modifica dell'ordinamento didattico: la Laurea Magistrale in Biologia della nutrizione (LM-6) presso il Dipartimento di Scienze Biomolecolari (DISB), la Laurea in Scienze e tecniche pedagogiche (L-24) presso il Dipartimento di Studi Umanistici (DISTUM) e la Laurea Magistrale in Psicologia clinica (LM-51) sempre presso il Dipartimento di Studi Umanistici (DISTUM). In seguito alla L. 163/2021, il MUR ha previsto la trasformazione di alcuni corsi di laurea magistrale/magistrale a ciclo unico in "corsi abilitanti" senza Esame di Stato di Abilitazione Professionale. L'attuazione richiede ulteriori decreti attuativi e comporterà comunque una fase "transitoria" di Esami di Abilitazione (per i laureati con i previgenti ordinamenti). L'intervento riguarda in prima istanza per Uniurb le seguenti professioni: Farmacista/Farmacia industriale e Psicologo, in prospettiva anche Biologo. Inoltre, tra le linee di indirizzo strategico del MUR c'è la Formazione Insegnanti. Il MUR (nota 17/12/21) ha comunicato la programmazione per il triennio 2021/24 di 90.000 posti per la formazione di insegnanti per il "Sostegno ad alunni con disabilità" (scuola Infanzia, Primaria, Secondaria di I e II grado). Uniurb ha già erogato VI cicli di formazione annuale (il VI è in corso e si concluderà entro luglio) e si è impegnato ad attivare il VII ciclo, con procedura selettiva (probabilmente) in primavera. La formazione per gli Insegnanti a Uniurb include - oltre al Sostegno - i seguenti percorsi: PF24 (requisito per la partecipazione ai concorsi nazionali) e i Corsi di formazione per gli Insegnanti degli Istituti Scolastici del territorio - con l'USR Marche.

Inoltre, per quanto riguarda i Dottorati di ricerca PON, il MUR (D.M. 1061/21) ha stanziato risorse aggiuntive per borse di dottorato di ricerca mirate su progetti Green e Innovazione. Uniurb ha ottenuto finanziamenti aggiuntivi e ha assegnato ulteriori 22 borse di studio. Questi finanziamenti si aggiungono a quelli precedentemente ottenuti da Regione (Eureka + Innovativi e MUR).

Nell'a.a. 2022-2023 saranno inoltre istituiti, previo esito positivo del processo di accreditamento iniziale, della sede e dei corsi di studio da parte del CUN, dell'ANVUR e del MUR, i seguenti Corsi di Studio Interateneo fra l'Università degli Studi di Urbino e l'Università Politecnica delle Marche con rilascio di titolo congiunto con sede didattica a Pesaro e sede amministrativa presso la Politecnica delle Marche:

Laurea in Ingegneria per l'ecosostenibilità industriale (L-9) e Laurea Magistrale in Green Industrial Engineering (LM-30), presso il Dipartimento di Scienza Biomolecolari (DISB) e il Dipartimento di Scienze Pure e Applicate (DiSPeA).

Infine, il Prorettore alla Didattica, Comunicazione Interna ed Esterna, sottolinea la capacità che ha avuto Uniurb nel rispondere da subito alla Pandemia attivando un progetto audio-video d'avanguardia per lezioni e sessioni di laurea in modalità ibrida. Sono state tecnologicamente allestite 66 aule con dispositivi all-in-one. Antico e moderno assieme in Uniurb: in una struttura pluricentenaria sono stati predisposti gli impianti per streaming, registrazione video e web conference, che ad oggi hanno consentito oltre 1.000 discussioni di tesi di laurea in tempo di Covid-19, garantito tutte le lezioni a calendario. È stata una progettazione che ha ribaltato la concezione di spazialità e temporalità della didattica. Lezioni in streaming con studenti in presenza e da remoto, in room combining. Non solo in modalità Personal, ma anche con logica Collaborative. L'esigenza era quella di una sorta di live tv, che favorisse: programmazione delle interfacce, stabilità e scalabilità su tutta la linea e semplicità di utilizzo. A distanza di tempo l'impianto funziona perfettamente, non ha

riscontrato alcun tipo di problema nonostante un corposo e continuativo impiego di tutti i dispositivi. L'impianto è stato predisposto per fare Room Combining: il docente che si trova in un'aula, con una platea davanti, può parlare live in altre aule e conversare in maniera bidirezionale con gli studenti collegati da remoto.

2. Attività Università-Territorio

Il Rettore, nel ringraziare il Prorettore alla Didattica, Comunicazione Interna ed Esterna per l'approfondita esposizione, illustra i prossimi e importanti investimenti dell'Ateneo, pari a circa 120 milioni di euro in buona parte provenienti dal PNRR, destinati principalmente alla realizzazione delle nuove strutture di Scienze Motorie nell'area del Petriccio, del completamento del complesso di San Girolamo e del polo scientifico presso il Polo "Enrico Mattei" ex SoGeSta. Al termine, dà la parola ai presenti.

Primo a intervenire è il Segretario della Confcommercio, che sottolinea l'importanza che riveste la presenza degli studenti per l'economia della città di Urbino, auspicando da parte dell'Ateneo un ricorso alla didattica online solo come extrema ratio. Il Rettore, sottolineando da una parte la necessità di tutelare la salute di studenti e docenti e dall'altra le necessità organizzative, ricorda come gli investimenti annunciati vadano proprio nella direzione di consentire all'ateneo di crescere assieme alla città attraverso la realizzazione di aule tecnologicamente all'avanguardia e più ampie, diverse delle quali avranno una capienza superiore ai 200 posti.

Interviene poi la rappresentante del Comune di Pesaro che rimarca con soddisfazione il rinnovato rapporto con l'Ateneo che si è concretizzato nell'istituzione dei corsi in partnership con l'Università Politecnica delle Marche che avranno sede a Pesaro. L'intervento successivo è quello del rappresentante della Camera di Commercio delle Marche, soddisfatto per i diversi momenti di collaborazione con l'Università di Urbino. Il Rettore dà poi la parola alla rappresentante dell'Ufficio Scolastico Regionale che ringrazia per il sostegno alle attività formative degli insegnanti e per la qualità delle giornate di orientamento, in ciò sostenuta anche dall'intervento successivo, quello della Dirigente scolastica del Liceo Laurana di Urbino, che ricorda le diverse occasioni in cui gli studenti liceali hanno potuto condividere la vita universitaria e acquisire così un primo orientamento e il desiderio di coronare nell'Università di Urbino il proprio percorso di studi.

Il Rettore ha ringraziato tutti per le parole di apprezzamento e per il sostegno all'impegnativo percorso che l'Ateneo sta affrontando come tutti per far sì che la fine della pandemia, che si spera vicina grazie all'impegno degli italiani e ai progressi della scienza, possa farci trovare pronti a contribuire al rilancio del Paese e in particolare a quello del territorio.

SINTESI DEL PROCESSO DI CONSULTAZIONE PERIODICO DELLE PARTI INTERESSATE A CURA DEL CDS

Il CdS ha adottato un piano che prevede una consultazione delle parti interessate a cadenza biennale, qui allegato. In base al piano di consultazione delle parti interessate, aggiornato a febbraio 2022, e a quanto stabilito nell'ambito della riunione con il gruppo di Riesame e il gruppo AQ didattica svoltasi l'11 febbraio 2022, si sono svolte le consultazioni con un panel di 10 stakeholder di rilevanza nazionale o sovranazionale nei mesi di febbraio-marzo 2022. In gran parte, questi ultimi corrispondono agli stakeholder individuati nell'ultima consultazione del 2019.

Gli stakeholder a cui è stato invitato un prospetto dell'offerta formativa e un questionario di valutazione strutturato, con domande chiuse e aperte, sono i seguenti:

- Confindustria Pesaro Urbino (rilevanza locale)
- Associazione per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale (rilevanza nazionale)
- ADCI (Art Directors Club Italiano) (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- Fondazione Pubblicità Progresso (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- FERPI – Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (rilevanza nazionale e sovranazionale)
- Ordine dei giornalisti delle Marche (rilevanza regionale)
- AMAT - Associazione Marchigiana Attività Teatrali (rilevanza regionale)
- Coordinamento Nazionale Marketing Sociale (rilevanza nazionale).
- Agenzia di comunicazione "We are social" (rilevanza nazionale)
- Buyer di Rai5 (rilevanza nazionale).

In sintesi, dalle consultazioni sono emersi i seguenti i suggerimenti:

- rafforzamento delle competenze di scrittura creativa e analisi del testo letterario (creative writing o screen writing), proprie dei profili professionali del copywriter e storyteller;
- acquisizione di nuove competenze relative alle applicazioni intelligenza artificiale e uso dei big data nella PA e nelle imprese;
- approfondimento, all'interno degli insegnamenti offerti, di conoscenze e competenze in tema di sostenibilità, ambientale e

sociale, anche con attenzione alle opportunità legate all'Agenda 2030.

Le consultazioni sono state integrate dall'ANALISI DEGLI STUDI DI SETTORE, di cui si riportano alcuni aspetti principali. Come per la precedente consultazione delle PI, sono state considerate l'indagine quantitativa svolta dall'università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in collaborazione con ASSOCOM nel 2016 con l'obiettivo di fotografare e analizzare i cambiamenti in atto nel mondo professionale della comunicazione, e una seconda indagine del 2019, sempre svolta da ASSOCOM.

Si conferma che dai risultati di queste due indagini emerge che le professioni che vengono ritenute maggiormente significative sono: il social media manager, il digital strategic planner, il digital PR, il SEO specialist, il e-reputation manager; community manager; Web analyst; Digital account; Digital storyteller. Si tratta in sostanza di professioni strettamente legate al mondo digitale. Le competenze richieste ai giovani professionisti sono in primo luogo competenze sui contenuti e i linguaggi, competenze trasversali sul problem solving e competenze di tipo relazionale. Al social media manager sono richieste abilità relazionali, di gestione della community, di scrittura e di gestione dei contenuti e conoscenza delle dinamiche tipiche dell'ambiente social. Al digital strategic planner è richiesta la capacità di sviluppare campagne di comunicazione in chiave transmediale e multicanale, dove si fondono le competenze strategiche con la conoscenza delle caratteristiche e della natura anche tecnologica delle piattaforme e dei diversi canali dell'ambiente digitale.

Il digital PR deve essere in grado di gestire i rapporti sia con i professionisti, come i giornalisti, sia con gli utenti finali e la rete degli influencer non professionisti.

Il SEO specialist deve possedere capacità di brand communication attraverso la scrittura e l'ottimizzazione dei contenuti e la conseguente indicizzazione dei motori di ricerca e nei social network. L'e-reputation manager deve avere capacità di ascolto dei contenuti e delle conversazioni online con l'obiettivo di monitorare la reputazione dei brand.

Il Community Manager lavora a stretto contatto con il Social Media Manager per la gestione dei profili sui social media, ma si occupa principalmente dell'interazione con la community.

Il web analyst può occuparsi di diverse aree: web analysis, social media analysis, social media listening. Il Digital account si occupa di seguire il cliente in tutto lo sviluppo delle attività digitali, dalla raccolta del brief alla reportistica. Un account deve possedere elevate competenze relazionali e organizzative per gestire sia i team coinvolti sia la parte operativa del progetto. Il digital storyteller si occupa di progettare e implementare strategie narrative negli ambienti digitali, riguardanti organizzazioni private e pubbliche.

Azioni correttive

Il gruppo AQ Didattica, durante un incontro che si è svolto in data 4 aprile 2022, ha recepito i suggerimenti e i risultati emersi dalle consultazioni e dagli studi di settore e ha proposto di inserire nella programmazione didattica dell'a.a. 2022/2023 l'insegnamento di Digital Methods.

Inoltre, suggerisce la programmazione di un ciclo di seminari focalizzati sui temi rilevati dagli stakeholders da realizzarsi nel prossimo triennio, la cui organizzazione e realizzazione sarà eventualmente affidata ai vari docenti CdS in base alle competenze.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piano Consultazioni PI L-20_2022



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



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

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 è necessario superare una verifica volta ad accertare il possesso di adeguate competenze e abilità 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 modalità di accertamento delle conoscenze necessarie per la partecipazione ai corsi e potranno essere definiti obblighi di frequenza ad attività 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, potrà disporre modalità di verifica delle conoscenze necessarie per la partecipazione ai corsi e l'eventuale definizione di obblighi formativi aggiuntivi.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

09/05/2022

Per l'ammissione al Corso di Studio triennale in Informazione, Media, Pubblicità (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 numerosità massima sostenibile del Corso di Studio, rispettando l'ordine di perfezionamento delle domande stesse.

È prevista una prova obbligatoria di Verifica dell'adeguata 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 in almeno due edizioni: una prima dell'inizio del primo semestre (o in tempo utile per l'avvio delle attività didattiche) e l'ultima entro il mese di febbraio dell'anno accademico relativo all'immatricolazione. La/lo studentessa/studente è tenuto a sostenere la VPI nella prima data prevista. Il test VPI adottato dal Corso di Studio è erogato dal CISDEL.

Le indicazioni dettagliate su date, orari, modalità di svolgimento delle edizioni del test VPI, nonché su argomenti, struttura e soglia di superamento del test stesso, sono pubblicate nella pagina web del Corso di Studio. Possono essere eventualmente organizzati corsi di preparazione al test VPI dei quali viene data notizia sulla pagina web del Corso di Studio. 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 ritengono assolti attraverso il recupero delle competenze nelle aree identificate, da accertare mediante la partecipazione ai corsi di recupero organizzati dal CISDEL, al termine dei quali è prevista una prova di accertamento delle competenze acquisite. Il mancato assolvimento degli OFA comporta l'impossibilità a partire dall'anno successivo a quello di immatricolazione, di sostenere esami di profitto relativi ad anni successivi al primo.



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 è 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
RAD

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

Conoscenza e capacità di comprensione		
Capacità di applicare conoscenza e comprensione		

▶ QUADRO
A4.b.2

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

Area conoscenza e analisi critica della società dell'informazione
Conoscenza e comprensione La laureata/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.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione La laureata/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](#)

DISTRIBUZIONE, CIRCOLAZIONE E RICEZIONE DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI [url](#)

LINGUA E CULTURA INGLESE [url](#)

SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI [url](#)

SOCIOLOGIA DEL BENESSERE [url](#)

SOCIOLOGIA DEL BENESSERE [url](#)

SOCIOLOGIA DEL TEMPO LIBERO [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA DEI CONSUMI CULTURALI [url](#)

STORIA DEL TEATRO GRECO [url](#)

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI [url](#)

STUDI CULTURALI [url](#)

Area mediologia, processi e linguaggi comunicativi

Conoscenza e comprensione

La laureata/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 sia 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

La laureata/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 e 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](#)

INTERNET STUDIES [url](#)

LETTERATURA E CINEMA [url](#)

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

LINGUAGGI E TECNICHE DEL GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO [url](#)

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

SEMIOTICA [url](#)

SEMIOTICA DELLE ARTI VISIVE [url](#)

SEMIOTICA DELLE ARTI VISIVE [url](#)

Area metodologie e tecniche di analisi

Conoscenza e comprensione

La laureata/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 co-esistenza e co-dipendenza tra legami sociali forti e deboli.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La laureata/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 DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)

ANALISI DEI LINGUAGGI INTERNET [url](#)

ANALISI DELLE RETI SOCIALI [url](#)

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

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

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

DIGITAL METHODS [url](#)

DIGITAL METHODS [url](#)

LABORATORIO DI METODOLOGIA DELLA RICERCA QUALITATIVA [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

La laureata/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

La laureata/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](#)

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA [url](#)

LINGUAGGI E TECNICHE DEL GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati devono essere capaci:

- di raccogliere i dati necessari alla formulazione di giudizi, distinguendo tra fonti primarie e secondarie, distinguendo i dati di primo livello dalle successive elaborazioni e interpretazioni;
- 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.);
- devono aver sviluppato conoscenze e sensibilità in relazione ai temi dell'etica della comunicazione applicata ai diversi settori (intrattenimento, comunicazione pubblicitaria, informazione ecc).

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- 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
- 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
- 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
- si confrontano in revisioni periodiche e discussioni individuale con il docente, con feedback del docente orale e/o scritto a commento del lavoro dello studente

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale
- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente

o in gruppo, guidata dal docente
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente

Abilità comunicative

I laureati devono essere capaci

- 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
- di utilizzare programmi informatizzati a supporto della presentazione di idee e problemi in pubblico (powerpoint, ecc.)
- di saper esprimere contenuti nei social media (blog, piattaforme collaborative, network, ecc.)

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- 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
- predispongono tesine e paper scritti
- partecipano a laboratori specifici di scrittura creativa e professionale (ufficio stampa, copywriting, ecc.)
- partecipano ad esercitazioni in aula di scrittura (scrittura creativa, copywriting, redazione di testi per il web, redazioni di comunicati stampa, ecc.)

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale
- presentazione orale e discussione dei lavori svolti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.

Capacità di apprendimento

I laureati devono aver sviluppato metacompetenze di apprendimento:

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

Al fine di acquisire tali competenze gli studenti:

- partecipano a lavori di gruppo in aula, con la guida del docente
- elaborano tesine di approfondimento su temi assegnati
- preparano e realizzano presentazioni pubbliche in aula, discutendo e argomentando con gli altri studenti e con il docente
- predispongono una tesi finale.

L'acquisizione delle competenze viene verificata nelle seguenti modalità:

- esame scritto e orale in forma tradizionale
- presentazione orale e discussione dei lavori volti dagli studenti, individualmente o in gruppo, guidata dal docente
- esercitazioni in aula con gradi crescenti di difficoltà
- revisioni periodiche e discussioni individuali con il docente.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative



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

24/05/2022

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 della/dello studentessa/studente. Il relatore della prova finale e il docente dell'insegnamento con cui la/lo studentessa/studente ha sostenuto l'esame, o che è attualmente titolare dello stesso insegnamento.

Si prevede che lo studente realizzi alternativamente:

- un elaborato di analisi e approfondimento di una tematica pertinente al Corso di Studio, di natura teorica, metodologica o applicativa, che prevede un inquadramento del problema e una esauriente rassegna della letteratura, corredata da una bibliografia ragionata;
- un elaborato di progetto in campi pertinenti al percorso della laurea triennale (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.

La/lo studentessa/studente può condurre in tutto o in parte le attività di ricerca connesse alla predisposizione dell'elaborato finale avvalendosi del soggiorno Erasmus, 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 è prevista la discussione degli elaborati da parte della/dello studentessa/studente laureanda/o. 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 qualità dell'elaborato. Un punteggio di 0-1 punto è 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, alla/allo laureanda/o che parta 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.

È inoltre prevista l'assegnazione di un punto aggiuntivo al voto di laurea (Delibera del SA n. 78 del 28/05/21) per le rappresentanze studentesche nei seguenti organi:

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

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

Alla/allo studentessa/studente che si è particolarmente distinta/o nel proprio percorso di studio, la Commissione può assegnare una "Menzione Speciale" alla tesi di laurea. Per ricevere la Menzione Speciale la/lo studentessa/studente deve aver maturato una media ponderata degli esami pari almeno al 29,5 su 30 o ottenuto un numero di lodi corrispondente ad almeno 1/3 del totale delle votazioni conseguite.

L'attribuzione della Menzione Speciale sarà inserita nel Diploma Supplement.

Il corso di studio provvede al rilascio del documento redatto in doppia lingua (Diploma Supplement), integrativo del titolo di studio ufficiale conseguito al termine di un corso di studio, che fornisce una descrizione della natura, del livello, del contesto, del contenuto e dello status degli studi effettuati e completati dallo studente.

Link : <https://www.uniurb.it/corsi/1756961/tesi-di-laurea> (Pagina web CdS L-20_prova finale)



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico CdS L-20

Link: <https://www.uniurb.it/corsi/1756961>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://uniurb.prod.up.cineca.it/calendarioPubblico/linkCalendarioId=62cc252b4e7e6104205f2cb8>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://uniurb.prod.up.cineca.it/calendarioPubblico/linkCalendarioId=62cc26394fb93603d89b59fa>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://uniurb.prod.up.cineca.it/calendarioPubblico/linkCalendarioId=63bc21e511e92e0365d0ec13>

▶ 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 link	MAGNANI CARLO CV	RU	6	36	✓
2.	L-LIN/12	Anno di corso 1	LINGUA E CULTURA INGLESE link	ROSSI ENRICA CV	RU	6	36	
3.	M-FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link	MIGLIORE TIZIANA MARIA CV	PA	10	60	✓
4.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIALIZZAZIONE E PROCESSI CULTURALI link	GIANNINI LORENZO CV	RD	10	60	✓
5.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA DIGITALI link	FARCI MANOLO CV	PA	10	60	✓
6.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	MONTESI BARBARA CV	RD	10	60	✓
7.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA link	TONELLI ANNA CV	PO	10	60	✓
8.	SPS/08	Anno di corso 1	STUDI CULTURALI link	BARTOLETTI ROBERTA CV	PO	10	60	

▶ QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Aule ASD P. Volponi

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule ASD P. Volponi

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Laboratori e Aule Informatiche CdS L-20

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratori e Aule informatiche ASD P. Volponi

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sale studio CdS L-20

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale studio ASD P. Volponi

▶ 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:

24/05/2022

- Università Aperta: incontri di orientamento rivolti a studentesse e studenti della scuola secondaria superiore, programmati 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 Studio e presentazione dei servizi (iscrizione online agli esami, compilazione piano di studio, fruizione aule, sale studio, biblioteche, ecc.) a cura del CdS;
- attività di orientamento in ingresso svolta dai tutor del CdS, a disposizione per colloqui individuali di orientamento;
- Commissione didattica del CdS a disposizione per colloqui individuali di orientamento.

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

- Referente del CdS e Tutor del Corso di Studio a disposizione per colloqui individuali;
- Incontri programmati riguardanti stage a cura del referente stage della Scuola;
- Commissione didattica del CdS a disposizione per colloqui individuali relativi alla scelta degli insegnamenti e del curriculum del terzo anno;
- Commissione monitoraggio carriere con attività di contatto e sostegno per studenti in ritardo con il piano di studio.

24/05/2022

▶ QUADRO B5

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

L'esperienza di tirocinio è un'occasione importante per verificare modelli e schemi concettuali appresi durante il Corso di Studio e applicarli alla realtà operativa di aziende e/o enti nazionali o internazionali.

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

Nel data base di Ateneo sono attive numerose convenzioni con enti e imprese ospitanti, in particolare nel settore della comunicazione e del marketing, che offrono occasioni di professionalizzazione a studentesse e studenti del Corso di Studio.

Informazioni sul tirocinio sono disponibili sulla pagina dedicata nel sito web del Corso di Studio e nel portale di Ateneo.

24/05/2022

Descrizione link: Pagina web CdS_stage

Link inserito: <https://www.uniurb.it/corsi/1756961/stage>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



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

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Programma USA-ISEP

Uno degli obiettivi dell'Ateneo è quello di sviluppare e promuovere scambi culturali e collaborazioni internazionali.

Per la Scuola di Scienze della Comunicazione le attività di mobilità internazionale di studentesse e studenti vengono coordinate dai Delegati Erasmus di Dipartimento, i quali si occupano sia delle attività informative rivolte a studentesse e studenti interessate/i a svolgere parte del proprio corso di studio all'estero, sia delle procedure burocratiche iniziali necessarie (fra le quali anche gli accordi didattici) per avviare le pratiche, poi perfezionate dagli uffici competenti di Ateneo.

La/lo studentessa/studente interessata/o a partecipare al bando Erasmus può rivolgersi all'Ufficio Mobilità Internazionale.

Descrizione link: Pagina web Ateneo_Mobilità Internazionale

Link inserito: <https://www.uniurb.it/amministrazione/ufficio-mobilita-internazionale>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	Université Saint-Louis Bruxelles		25/02/2014	solo italiano
2	Belgio	Université de Liège		13/03/2017	solo italiano
3	Francia	Université Bordeaux Montaigne		26/02/2021	solo italiano
4	Francia	Université Rennes II Haute-Bretagne		11/02/2020	solo italiano
5	Grecia	Aristotle University of Thessaloniki		09/11/2021	solo italiano
6	Grecia	Panteion University		18/04/2019	solo italiano
7	Spagna	Universidad Complutense De Madrid		03/12/2015	solo italiano
8	Spagna	Universidad De Murcia		17/06/2015	solo italiano
9	Spagna	Universidad Europea de Madrid		22/07/2014	solo italiano
10	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos Madrid		17/02/2016	solo italiano
11	Spagna	Universidad de Castilla-La Mancha		07/05/2019	solo italiano
12	Spagna	Universitat Rovira I Virgili		30/05/2018	solo italiano
13	Turchia	Université Galatasaray Istanbul		23/03/2017	solo italiano

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

09/05/2022

Il Corso di Studio partecipa alle iniziative di Ateneo, in particolare al Career Day, incontro annuale con le aziende e laboratori per l'ingresso nel mondo del lavoro (stesura curriculum, analisi abilità, ecc.), e alla promozione e attivazione di stage post laurea in collaborazione con l'Ufficio stage e job placement di Ateneo e del CdS.

Dal 2001 il CdS ha attivato una agenzia interna di comunicazione, la COLONIA della comunicazione, costituita da studentesse e studenti, docenti e professioniste/i esterne/i, 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. A oggi studentesse e studenti del Corso di Studio, in collaborazione con quelli del CdS Magistrale in Comunicazione e Pubblicità 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.

Nell'ambito delle attività della COLONIA della comunicazione sono organizzati seminari professionalizzanti a integrazione di quanto offerto negli insegnamenti del Corso di Studio. La COLONIA della comunicazione è stata valutata come "buona prassi" per favorire l'occupabilità di laureate e laureati in occasione della visita di accreditamento periodico dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo 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 è dotata di un gruppo di programmazione e coordinamento composto da

Laura Gemini (Presidente della Scuola di Scienze della comunicazione), Giovanni Boccia Artieri (direttore DISCUI e docente), Roberta Bartoletti (docente delle materie di studi culturali e sociologia dei consumi), Stefania Antonioni (docente delle materie di comunicazione pubblicitaria), Gea Ducci (Referente del CdS LM-59 e docente delle materie di comunicazione pubblica istituzionale e sociale), e dai docenti professionisti titolari dei laboratori di creatività pubblicitaria nei CdS L-20 e LM-59 afferenti alla Scuola di Scienze della Comunicazione e

del Laboratorio di computer grafica nel CdS LM-59.

Descrizione link: Pagina web CdS_La COLONIA della comunicazione

Link inserito: <https://www.uniurb.it/corsi/1756961/la-colonia-della-comunicazione>

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

24/05/2022

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 tecnologica (moodle) alla didattica tradizionale in presenza, consentendo la condivisione di materiali tra docenti e studentesse e studenti e la partecipazione a un ambiente interattivo. Il Corso di Studio ha attivato un percorso part time per rendere più flessibile l'offerta alle esigenze di studentesse lavoratrici e studenti lavoratori.

Descrizione link: Pagina web Ateneo_Blended learning

Link inserito: <https://blended.uniurb.it/moodle/>

QUADRO B6

Opinioni studenti

09/09/2022

L'esame dei dati aggregati relativi alle opinioni degli studenti frequentanti rispetto ai primi due gruppi di indicatori relativi all'insegnamento e alla docenza, registra una media che 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 (8.36), all'utilità delle attività didattiche integrative (8.14) e alla coerenza tra lo svolgimento del corso e quanto dichiarato sul sito web del CdS (7.98), mentre l'aspetto relativamente meno premiato riguarda il possesso delle conoscenze preliminari funzionali alla comprensione del corso (7.21).

I dati sulle infrastrutture e sui servizi si attestano tutti sopra i 7 punti, tranne che per i laboratori a disposizione del CdS (6.9) e per il servizio svolto dalla segreteria didattica (6.5). Le altre misure medie vedono gli studenti soddisfatti del carico di studio complessivo (7.59), dell'organizzazione complessiva degli insegnamenti (7.66), dell'organizzazione degli orari (7.73), della presenza del docente titolare a lezione (8.52), delle aule dove si svolgono le lezioni (7.24), delle sale studio (7.19), delle biblioteche (7.2), del servizio svolto dagli studenti tutor (7.07) e delle informazioni del CdS sul web (7.53).

Infine, la soddisfazione complessiva rispetto al singolo insegnamento registra un 7.67, mentre l'interesse rispetto agli argomenti trattati si assesta su 7.84 punti di media.

In generale tutti gli indicatori registrano valori superiori al 7 (tranne i due sopracitati: laboratori e servizi segreteria didattica) e in linea alle medie del dipartimento.

Dal confronto con i dati del 2019/20 i miglioramenti maggiormente significativi riguardano la presenza del docente titolare a lezione (+1.24), le informazioni relative al CdS sul web (+0.74 - l'anno precedente era sotto al 7), il servizio svolto dagli studenti tutor (+ 0.66 - l'anno precedente era sotto al 7); migliorano inoltre i punteggi sugli item relativi alla chiarezza delle modalità d'esame (+0.41), alla strutturazione dell'orario (+0.47), alla soddisfazione complessiva rispetto all'insegnamento (0.44) e all'interesse sugli argomenti trattati (+0.47)

Da notare anche il passaggio sopra la soglia del 7, rispetto all'anno precedente, degli item relativi alle sale studio (da 6.89 a 7.19) e alle biblioteche (da 6.97 a 7.2).

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 2020/2021 con estrazione delle informazioni dal sistema SisValdidat. Gli insegnamenti valutati sono stati 32 su 32. Il collettivo di riferimento è costituito da 3339 unità di cui 2743 classificate come frequentanti (dichiarano di frequentare almeno il 50% delle lezioni) e 596 come non frequentanti.

Gli indicatori relativi alla valutazione presentano valori superiori a 7, ma hanno valori leggermente inferiori rispetto alle medie di dipartimento e inferiori anche rispetto 2018/19 (-0,49 la soddisfazione complessiva e \approx 0,52 l'interesse verso gli argomenti trattati).

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 2019/2020 con estrazione delle informazioni dal sistema SisValdidat. Gli insegnamenti valutati sono stati 28 su 30. Il collettivo di riferimento è costituito da 3001 unità di cui 2299 classificate come frequentanti (dichiarano di frequentare almeno il 50% delle lezioni) e 702 come non frequentanti.

L'unico item in peggioramento rispetto all'anno precedente è quello relativo alla soddisfazione per aule che, pur rimanendo sopra i 7 punti, passa da 8.27 a 7.24

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: tabelle e grafici estratti da SISVADIDAT

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

30/08/2022

Opinione dei laureati

Le informazioni si riferiscono ai dati Alma Laurea relativi ai laureati (XXIV Rapporto, Anno di laurea 2021, Profilo dei laureati) selezionati ed elaborati dal Presidio di Qualità dell'Università di Urbino. Sono stati intervistati 97 laureati su un totale di 111.

Per una migliore confrontabilità della documentazione, si riportano i dati relativi ai soli laureati che si sono iscritti al corso di laurea in anni recenti, cioè a partire dal 2017: 92 di cui 81 intervistati. (1).

Dai dati emerge che l'90,1% dei laureati ha frequentato regolarmente più del 50% delle lezioni e addirittura il 79% degli intervistati più del 75% delle lezioni. Per quanto riguarda i giudizi sull'esperienza universitaria, dai dati risulta il 95% ritiene che il carico di studio è sostanzialmente adeguato, mentre il 87,7% ha ritenuto soddisfacente l'organizzazione degli esami (appelli, orari, informazioni, prenotazioni, ...).

Il giudizio relativo al rapporto con il corpo docente che vede attestarsi al 95% la quota dei giudizi di estrema o sostanziale soddisfazione, in crescita rispetto allo scorso anno di circa 5 punti percentuali.

Relativamente alla soddisfazione complessiva, l'88,2% 97,5% dei laureati è sostanzialmente soddisfatto del Corso, dato in netta crescita rispetto al precedente (quasi 10 punti percentuali).

Molto meno lusinghieri sono i giudizi sulle aule per la didattica (utilizzate dal 96,3%) che sono giudicate, sempre o spesso, adeguate dal 45,2% 57,7%, dato in miglioramento di circa 12 punti percentuali).

I fruitori delle postazioni informatiche sono il 32,1% ed esprimono giudizi di adeguatezza nel 23,1% dei casi

Le attrezzature per la didattica sono state giudicate sostanzialmente adeguate dal 50,0% dei soggetti che le hanno utilizzate, che corrispondono al 56,8% dei laureati totali.

Tra chi ha fatto uso delle biblioteche (75,3% dei laureati) solo un residuo 8,2% giudica non positivamente il servizio fornito, giudizio in lieve peggioramento rispetto alla precedente rilevazione.

Il 79,0 dei rispondenti dichiara che si iscriverebbe nuovamente allo stesso corso dell'Ateneo, mentre il 9,9% dichiara che si iscriverebbe allo stesso corso, ma in un altro Ateneo.

Fonti dati:

(1). Alma Laurea 2020, XXIV Rapporto, Anno di laurea 2021, Profilo dei laureati (link). 81 rispondenti su 92.

Descrizione link: pagina AlmaLaurea profilo dei laureati 2021

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2021&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=1515&gruppo=5&pa=70063&classe=10014&corso=tutti&postcorso=0410106202000001&isstella=0&presiu=1&disaggregazione=&LAN>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: dati estratti da AlmaLaurea ed elaborati dal PQA



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

06/09/2022

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Dati di ingresso

Gli immatricolati puri, nel 2021/22, sono 182, in lieve diminuzione rispetto al periodo precedente (-5% circa, ic00b), ma che comunque testimoniano un trend positivo sul medio periodo. Anche il numero complessivo di iscritti vede un incremento di 50 unità, passando dalle 626 del 2020/21 alle 674 del 2021/22 (Indicatore ic00d del Cruscotto AVA).

La serie storica dei dati mostra un trend comparabile i benchmark di riferimento per l'area geografica e nazionale negli ultimi cinque anni. Con questa constatazione si deve, però, 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 48,9% (84 studenti) proviene da fuori regione (ic03). Tale percentuale è in aumento rispetto al periodo precedente (4,1%), e rimane nettamente superiore alla media dell'area geografica e del territorio nazionale (ic03), confermando il buon grado di attrattività del corso.

Dati di percorso

Il rapporto tra studenti regolari e docenti (Indicatore ic05 del Cruscotto AVA) è pari al 25,3%, in aumento del 3% rispetto all'anno precedente, ma che rimane comunque inferiore rispetto al valore macro-regionale e a quello nazionale che risulta essere il 32%.

Gli indicatori seguenti fanno riferimento all'anno solare 2020, non avendo dati stabili relativi al 2021.

Nel 2020, la percentuale di CFU conseguiti all'estero è pari a 0,4% (ic10), in linea con il dato locale e leggermente inferiore al dato nazionale. Si rileva una diminuzione rispetto all'anno precedente, dovuta presumibilmente alla pandemia da COVID 19.

Diminuisce decisamente la percentuale di studenti che nel 2020 si sono laureati entro la durata normale del corso e che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero (indicatore ic11 del Cruscotto AVA), 8,8% contro 13,7% dell'anno precedente. Questa flessione potrebbe dipendere dalla pandemia, anche se la variazione è più sensibile rispetto a quella registrata nei contesti di riferimento.

Gli indicatori relativi alla regolarità del percorso universitario mostrano un miglioramento rispetto agli anni precedenti e possono essere considerati soddisfacenti anche rispetto ai contesti macro-regionali e nazionali. La percentuale di CFU conseguiti al primo anno è in crescita e si assesta al 70,6% (ic13), valore superiore ai contesti di riferimento. La percentuale di studenti che si iscrivono al secondo anno nello stesso corso è pari all'80,5% (ic14), in crescita rispetto al periodo precedente e superiore al contesto di riferimento. La percentuale di studenti che si iscrivono al secondo anno nello stesso corso e che hanno acquisito almeno 20 CFU è di 76,9% (ic15), in crescita rispetto al periodo precedente e superiore al contesto di riferimento, mentre gli studenti che proseguono avendo conseguito almeno 40 CFU al primo anno è pari a 65,6% (ic16), sempre con trend positivo rispetto al periodo precedente e superiore al periodo di riferimento.

Dati di uscita

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 52,6%, dato leggermente inferiore rispetto all'anno precedente, superiore rispetto alla media macro-regionale (49,9%) e inferiore a quella nazionale (56,2%).

La percentuale di immatricolati che si laureano entro la normale durata del corso si assesta al 49% (ic22), sostanzialmente in linea con il trend generale, ma superiore ai valori di riferimento.

Mostra un sostanziale miglioramento il dato relativo alla Percentuale di abbandoni del CdS (indicatore ic24 del Cruscotto AVA) che si attesta poco sopra al 37%, in linea con la media locale e decisamente superiore con la media nazionale.

Fonte dati

Cruscotto AVA, elaborati dall'Ufficio statistico di Ateneo.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati indicatori Anvur Cds IMP 2021 - forniti dal PQA

QUADRO C2

Efficacia Esterna

30/08/2022

Efficacia esterna

L'indagine sulla condizione occupazionale dei laureati relativa al 2020 coinvolge 83 rispondenti su 100 laureati. Per una migliore confrontabilità della documentazione, si riportano i dati relativi ai soli laureati che non lavoravano al momento della laurea, 56 casi.

Dall'indagine emerge che il 51,8% dei laureati è iscritto a un corso di laurea magistrale, valore inferiore di circa il 15% rispetto all'anno precedente e al contesto di riferimento.

Nella scelta del canale formativo superiore, il 71,0% segue un corso di filiera e il 48,3% lo fa permanendo nell'Ateneo, valore superiore rispetto a quello dello scorso anno (42,4%). Il 37,3% ha partecipato ad almeno un'attività formativa post laurea, principalmente concretizzata nella forma di stage aziendale o di master.

Il 17,9% lavora e non è iscritto a una laurea di secondo livello, il 8,9% lavora ed è iscritto a una laurea di secondo livello, il 12,5% non studia, non lavora ma è in cerca di occupazione e il 17,9% non lavora, non studia e non cerca lavoro.

Il tasso di occupazione è pari al 35,7%, decisamente superiore al contesto di riferimento che invece si assesta al 24,1%.

Il collettivo dei laureati del 2020 che hanno trovato un'occupazione è costituito da 15 casi, pari al 27,8% del collettivo. La media del tempo trascorso tra l'inizio della ricerca al reperimento del primo lavoro è di 6,7 mesi e coincide con il periodo trascorso tra il conseguimento della laurea e l'inizio del lavoro. La percentuale di laureati che nel lavoro utilizza in misura elevata le competenze acquisite con la laurea si attesta al 46,7%, valore decisamente superiore al contesto di riferimento che è di 36,1%. La retribuzione mensile netta media degli occupati si attesta sui 1024 euro, valore superiore a quello del contesto di riferimento. La media dei giudizi sulla soddisfazione per il lavoro svolto è pari a 7,6 (scala da 1 a 10), valore leggermente superiore al contesto di riferimento.

Fonte Dati

Alma Laurea 2021, XXIV Rapporto, Anno di laurea 2020, Condizione occupazionale a 1 anno dalla laurea. Laureati che non lavoravano al momento della laurea.

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

Link inserito: Condizione occupazionale dei laureati (almalaurea.it)

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

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?>

[anno=2021&annolau=1&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=tutti&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=041010620200001&isstella=0&areageografica=tutti@ione=tutti&dim](https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/visualizza.php?anno=2021&annolau=1&corstipo=L&ateneo=70063&facolta=tutti&gruppo=tutti&pa=70063&classe=tutti&postcorso=041010620200001&isstella=0&areageografica=tutti@ione=tutti&dim)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: dati estratti da AlmaLaurea ed elaborati dal PQA

▶ QUADRO C3

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

30/08/2022

SUA C3

Nell'anno solare 2021 hanno svolto lo stage a libera scelta, previsto nel piano degli studi, 29 studenti della laurea triennale di Informazione Media Pubblicità, dato in aumento rispetto all'anno precedente di 6 unità. Uno stage è terminato con un'assunzione e 6 con una forma di collaborazione. 25 si sono svolti in Italia, 2 in Europa e 2 in zona extra europea. Hanno avuto mediamente la durata di 1,3 mesi, con il 96,6% che ha avuto una durata inferiore a sei mesi.

La maggior parte delle aziende ospitanti (16) è di piccole dimensioni con meno di 10 addetti, 11 hanno tra gli 11 e i 100 addetti, 2 tra 101 e 500 e solo una ha più di 500 addetti. 9 aziende operano nel settore della comunicazione, editoria e pubblicità, 5 nel marketing, 6 nella pubblica amministrazione e i restanti in servizi non riconducibili alle categorie precedenti. L'orario di lavoro della maggior parte degli studenti prevedeva più di 20 ore settimanali.

Sia ai tirocinanti che alle aziende sono stati somministrati dei questionari per valutare l'esperienza.

Dalle risposte dei questionari emerge che tutti gli studenti valutano molto positivamente l'esperienza di tirocinio e il 89,7% la considera utile. Tra i motivi di soddisfazione vengono riferiti l'"Atteggiamento collaborativo del Tutor" (65,5%), la "Correlazione tra il progetto e le attività svolte con gli obiettivi professionali e personali" (58,6%) e il "Rapporto con il personale" (69,0%),

Per quel che riguarda invece gli aspetti negativi, 6,9% studente ha manifestato l'inadeguatezza della durata del tirocinio e 3,5% studenti la carenza di tutorship.

Il 48,4% degli studenti dichiarano che l'esperienza di stage non ha dato luogo a nessuna opportunità lavorativa, il 31,3% (9) ad una collaborazione occasionale e il 6,9% (2) a un'assunzione a tempo determinato.

Le aziende giudicano nel complesso buono o ottimo il rendimento dei tirocinanti, non ravvisandosi per nessuno di essi elementi di criticità.

Fonte: rendicontazione annuale Scuola di scienze della comunicazione dati anno solare 2021.