



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Universit degli Studi di BERGAMO
Nome del corso in italiano RD	Comunicazione, informazione, editoria(<i>IdSua:1560272</i>)
Nome del corso in inglese RD	Communication, information, publishing
Classe	LM-19 - Informazione e sistemi editoriali RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unibg.it/LS-CIE
Tasse	http://www.unibg.it/tassestudenti
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	PASQUALI Francesca
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di corso di studio
Struttura didattica di riferimento	Lettere, Filosofia, Comunicazione

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CLETO	Fabio	L-LIN/10	PA	1	Affine
2.	MARZANO	Marco	SPS/09	PO	1	Caratterizzante
3.	MOLINELLI	Piera	L-LIN/01	PO	1	Caratterizzante
4.	MONTIERI	Vittorio	SECS-P/08	ID	1	Caratterizzante
5.	PIZZOLATI	Micol	SPS/07	PA	1	Caratterizzante
6.	TOMASSINI	Marco	SPS/08	ID	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

LOCATI Roberto r.locati@studenti.unibg.it

Gruppo di gestione AQ

RICCARDO DONDI
ROBERTO LOCATI
FRANCESCA PASQUALI
VALENTINA PISANTY

Tutor

Micol PIZZOLATI
Riccardo DONDI
Valentina PISANTY



Il Corso di Studio in breve

08/06/2020

Il Corso di Laurea magistrale in "Comunicazione, informazione, editoria" (classe LM-19 - Informazione e sistemi editoriali) forma professionisti della comunicazione in grado di produrre e gestire contenuti multimediali per l'editoria e la comunicazione d'azienda, pubblica e istituzionale e il newsmaking.

Particolare attenzione è posta al tema della comunicazione visiva e ai processi di innovazione tecnologica e di linguaggio nel campo della comunicazione e dei media.

Il Corso di Laurea magistrale si articola in tre curricula:

* il curriculum "Comunicazione per le imprese, gli enti e le politiche pubbliche" pone specifica attenzione ai cambiamenti sociali e organizzativi in atto nelle imprese e negli enti pubblici e ai mutamenti in atto nella comunicazione delle politiche pubbliche;

* il curriculum "Editoria e comunicazione digitale e visiva" è dedicato al mondo editoriale con una particolare focalizzazione sul digitale e sulla produzione, circolazione e consumo di contenuti in un'economia culturale convergente e crossmediale.

* il curriculum "Informazione e giornalismo" è dedicato all'innovazione nell'ambito delle tecnologie e dei linguaggi di produzione/fruizione dell'informazione e alla comunicazione visiva e dei dati, in uno scenario dell'informazione che vede rilevanti processi di trasformazione delle forme della mediazione e dei modi di raccontare la realtà.

Il corso ha una metodologia didattica che integra lezioni ed esperienze laboratoriali e di tirocinio grazie a una rete di contatti con aziende, enti, istituzioni locali e partnership di tirocinio selezionate e qualificanti. Sono inoltre previste numerose attività seminariali/laboratoriali con l'intervento di professionisti del settore.

Gli studenti dalla Laurea magistrale in Comunicazione, Informazione, Editoria hanno a disposizione una fitta rete di scambi Erasmus+ e con università extra-europee, con programmi di studio finalizzati all'approfondimento di competenze comunicative internazionali e interculturali, possono inoltre accedere a programmi di tirocinio all'estero. Specificamente dedicata agli studenti del corso in Comunicazione, informazione, editoria è poi l'accordo di Doppio titolo la Fairleigh Dickinson University (USA).

Il Corso di Laurea magistrale forma figure professionali creative, in grado di confrontarsi con uno scenario comunicativo in costante mutamento e adattabili ai vari contesti, sia pubblici che privati, in Italia e all'estero. In particolare, tra gli ambiti occupazionali previsti, si menzionano le industrie medial, editoriali e creative, i social media e il web, le agenzie di comunicazione e agenzie di pubblicità, gli uffici stampa e gli uffici per le relazioni pubbliche di enti ed istituzioni pubblici, gli uffici comunicazione di aziende e società private e i news media.

Link: <https://ls-cie.unibg.it/it> (Sito del Corso di studi)



QUADRO A1.a

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

07/11/2018

La Facoltà di lingue ha consultato i rappresentanti delle organizzazioni (Unione industriali, Società Italiana Autori ed Editori), delle istituzioni locali (Comune di Bergamo, Provincia di Bergamo) e dell'Ufficio scolastico provinciale preliminarmente alla trasformazione del corso di Laurea Specialistica Comunicazione ed Editoria Multimendiale (LS13 509) nel corso di Laurea Magistrale Comunicazione, informazione, editoria (LM19 270) nel 2009. I rappresentanti sopra menzionati, dopo avere discusso il progetto di Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria (LM-19), hanno espresso il loro apprezzamento per l'offerta formativa del nuovo corso di studio. Hanno valutato positivamente la sua coerenza interna e la proposta di progressione professionalizzante rispetto al Corso di laurea in Scienze della comunicazione, con particolare apprezzamento per la sua articolazione, in cui sono presenti gli approfondimenti di contenuti e metodologici nelle aree storico-sociali, artistico-culturali, dell'informazione e del diritto legato al campo dell'editoria e delle attività pubblicitiche. Tale articolazione è stata giudicata funzionale ad aprire per i laureati magistrali del Corso gli sbocchi nei diversi ambiti professionali che caratterizzano le esigenze legate alle attività produttive e pubblicitico-editoriali (Unione industriali, SIAE) e ai compiti istituzionali (Comune e Provincia di Bergamo) del territorio bergamasco e regionale lombardo.

Al termine del primo anno di attivazione di CIE, nel 2011, il collegio ha deciso di somministrare un questionario e organizzare un incontro con gli studenti iscritti per raccogliere le opinioni in merito alla didattica del corso. Le osservazioni e gli spunti critici emersi, hanno prodotto la revisione di alcuni aspetti del corso. Già nell'a.a. 2011/12, il collegio si è impegnato a ripensare la didattica degli insegnamenti esistenti per renderli più interattivi e coinvolgenti nel lavoro di aula. A supporto di questa azione è stato rivisto il piano degli studi per verificare che quanto insegnato nel corso fosse coerente con le conoscenze e competenze caratterizzanti gli sbocchi professionali indicati nel RAD, secondo le linee indicate nel QRSP Quadro Regionale degli Standard Professionali di Regione Lombardia.



QUADRO A1.b

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

07/06/2020

Il consiglio di Corso di studio ha costituito nel 2015 un comitato di indirizzo che è attualmente composto da esponenti del modo editoriale, imprenditoriale, della ricerca e del terzo settore. La scelta dei componenti del comitato di indirizzo è stata operata al fine di dialogare con diverse realtà professionali e comunicative operative sia a livello locale che nazionale e internazionale.

Nella seduta del Consiglio di corso di studi del 15 gennaio 2020 (cfr. verbale 1/2020), il Cds commentando e facendo proprie le osservazioni della Commissione paritetica aveva rilevato la necessità di convocare il comitato d'indirizzo del corso di studi preliminarmente al confronto con le parti interessate. Nella seduta di consiglio dell'11 febbraio (verbale 2/2020) il Cds ha poi strutturato un gruppo di lavoro per i rapporti con le parti sociali, composto dalla Presidente stessa, dal gruppo di riesame e dalla responsabile tirocini incaricandolo di iniziare le procedure per la consultazione.

Le particolari condizioni legate all'emergenza sanitaria hanno impedito poi di procedere nella strada indicata. L'incontro con il comitato di indirizzo e la consultazione delle parti sociali sono comunque previste entro settembre 2020.

Per mantenere i profili professionali in linea con la domanda espressa dal mondo delle professioni della comunicazione il

Corso di studi conduce una sistematica ricognizione degli studi pubblicati in questo ambito; sono stati inoltre consultati i dati Alma Laurea sui profili dei laureati in Scienze della Comunicazione, le indagini Isfol, le indagini ISTAT e le relazioni annuali di Agicom e del Censis oltre a "Il libro bianco de le professioni della comunicazione 2019 Una guida per studenti, professionisti e formatori" (F. Angeli ed. 2019).



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperto di comunicazione negli ambiti dell'informazione, dell'editoria, delle strategie comunicative di aziende ed enti profit e no-profit

funzione in un contesto di lavoro:

I laureati in Comunicazione, informazione, editoria svolgono attività professionali qualificate, con funzioni di responsabilità, gestione e progettualità delle attività di comunicazione interna ed esterna di enti, istituzioni, imprese. Progettano contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, svolgono attività redazionali e realizzano prodotti per l'informazione, l'editoria, i media. Lavorano in uffici stampa e uffici comunicazione, con capacità di muoversi in modo autonomo e di affrontare responsabilità crescenti.

competenze associate alla funzione:

Il laureato ha competenze linguistiche e una sicura padronanza delle tecniche retoriche e di scrittura nei diversi ambiti della comunicazione. Affronta criticamente il reperimento e la gestione delle informazioni, consapevole dei risvolti psicologici, sociali, giuridici, economici del processo comunicativo. Può svolgere indagini per rilevare e rielaborare dati. Ha competenze in ambito informatico e dei nuovi media. Ha autonomia di giudizio, senso critico, capacità di lavorare in gruppo e attitudine al problem solving.

sbocchi occupazionali:

I laureati avranno accesso a: uffici comunicazione; uffici e agenzie di stampa; uffici di relazioni pubbliche (URP) della Pubblica Amministrazione; agenzie di pubblicità; agenzie di promozione e sponsorizzazione di turismo, eventi, mostre e attività culturali di varia natura; redazioni e servizi editoriali; collaborazione e praticantato presso quotidiani, periodici, radio, televisioni (naturalmente il Corso non dà accesso alla professione di giornalista, che dipende da regole proprie di inserimento e dall'appartenenza a un Ordine professionale specifico); istituti di ricerca sociologica e di analisi territoriale. Avranno inoltre accesso ai seguenti ruoli professionali non previsti dalla classificazione ISTAT: redattore di pubblicazioni on line; gestore di servizi informativi on line; progettista di sistemi informativi multimediali on line; esperto di marketing dei sistemi informativi off line e on line; responsabile linee editoriali di case editrici.



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. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
3. Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
4. Revisori di testi - (2.5.4.4.2)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

07/11/2018

L'ammissione al Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria è subordinata al possesso dei titoli previsti dalle vigenti disposizioni di legge: diploma di laurea o diploma universitario triennale o titolo universitario straniero equipollente.

Possono accedere alla verifica della personale preparazione i laureati delle Classi n. 20 ex D.M. 270; n. 14 ex D.M. 509 e del precedente ordinamento quadriennale in Scienze della Comunicazione, della classe L01 Beni Culturali; L03 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda; L5 Filosofia; L10 Lettere; L11 Lingue e culture moderne; L 12 Mediazione Linguistica; L 40 Sociologia; L 42 Storia.

I laureati in altre classi di laurea o con titolo universitario straniero equipollente sono ammessi alla verifica della personale preparazione, a condizione che abbiano acquisito almeno 60 cfu nei SSD di seguito indicati:

a. Tra i 15 cfu e i 25 cfu nei SSD: L-FIL-LET/12; L-LIN/01; L-LIN/04; L-LIN/07; L-LIN/12; L-LIN/14; L-LIN/21; L-OR/07; L-OR/12; L-OR/21; L-OR/22; L-FIL-LET/04; M-FIL/05

b. Tra i 35 cfu e i 45 nei SSD: L-LIN/03; L-LIN/05; L-LIN/06; L-LIN/10; L-LIN/11; L-LIN/13; L-LIN/21; L-OR/07; L-OR/12; L-OR/21; L-OR/22; L-OR/23; L-FIL-LET/09; L-FIL-LET/10; L-FIL-LET/11; L-FIL-LET/14; L-FIL-LET/15; L-ART/01; L-ART/02; L-ART/03; L-ART/04; L-ART/05; L-ART/06; L-ART/07; M-STO/01; M-STO/02; M-STO/03; M-STO/04; M-STO/05; M-STO/08; SPS/02; SPS/03; SPS/04; SPS/05; SPS/06; SPS/07; SPS/08; SPS/09; SPS/10; M-DEA/01; M-GGR/01; M-GGR/02; M-PSI/01; M-PSI/05; M-PSI/06; M-PED/01; IUS/01; IUS/04; IUS/09; IUS/13; IUS/14; M-FIL/01; M-FIL/02; M-FIL/03; M-FIL/04; M-FIL/05; M-FIL/06; INF/01; ING-INF/05.

E' richiesta la competenza in ingresso di almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano, a livello B2.

La padronanza della lingua italiana, la conoscenza della lingua inglese o di altre lingue straniere sono verificate anche in sede di colloquio di ammissione.

Tutti i candidati verranno sottoposti ad un colloquio individuale, che ha lo scopo di verificare la preparazione personale, oltre al possesso dei requisiti curriculari, secondo modalità previste e specificate nel Regolamento Didattico del corso.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

23/06/2020

L'ammissione è regolata da un colloquio individuale che ha lo scopo di verificare il possesso dei requisiti di ammissione.

Il calendario dei colloqui di ammissione è pubblicato alla pagina degli avvisi del Dipartimento: <https://ls-cmc.unibg.it/it/avvisi>

07/11/2018

Il corso di Laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria, si pone l'obiettivo di fornire conoscenze e competenze culturali e linguistiche approfondite e strumenti metodologici che permettano al laureato di svolgere attività professionali qualificate nell'ambito dell'editoria, dell'informazione e della comunicazione interna ed esterna di enti e imprese. Il corso di laurea pone particolare attenzione alla dimensione multiculturale della comunicazione, necessaria per l'inserimento in contesti internazionali.

In particolare, il laureato è in grado di:

conoscere, analizzare ed elaborare la produzione editoriale cartacea e multimediale, affrontarne l'interpretazione, l'organizzazione e la progettazione tenendo conto della specificità culturale e linguistica del contesto.

raccogliere informazioni, rielaborarle, gestirle criticamente e trattarle attraverso l'impiego di strumenti metodologici e tecnici adeguati

produrre e gestire i contenuti della comunicazione in ambito aziendale e istituzionale, verso l'interno e verso l'esterno
tradurre in pratica le competenze acquisite attraverso gli insegnamenti grazie a esperienze di stages e tirocinio nei settori dell'editoria, dell'informazione e della comunicazione

avere consapevolezza degli aspetti teorici e metodologici della comunicazione come ambito di studio

riconoscere i limiti delle proprie conoscenze e competenze

reperire strumenti di aggiornamento e di ampliamento delle proprie conoscenze e competenze, ove la situazione e il contesto lavorativo lo richiedessero

lavorare in gruppo e in contesti pluriculturali

Il corso di studio fornisce le competenze necessarie per operare nel mondo della comunicazione, concentrandosi soprattutto su quelle fondanti, nella consapevolezza che la varietà degli sbocchi professionali e la costante evoluzione degli stessi, richiederà al laureato di adattarsi rapidamente al contesto lavorativo in cui verrà a operare, accogliendone le specificità dei contenuti e delle tecnologie. Questa flessibilità scaturisce da una formazione solida e trasversale alle specificità contingenti e si alimenta del senso critico, nonché della consapevolezza della complessità dell'ambito comunicativo stesso, progressivamente maturata dallo studente nello svolgimento del corso.

Al percorso comune, non inferiore a 60 cfu, si aggiungono quei cfu orientati più specificamente verso l'editoria e l'informazione, o verso la comunicazione interna ed esterna di imprese e istituzioni, nonché alla dimensione internazionale della comunicazione, nei diversi contesti e in funzione di destinatari diversificati per appartenenza culturale.

Il tirocinio (10 cfu) è obbligatorio e viene proposto in modo mirato, tenendo conto della propensione individuale dello studente a potenziare le competenze raggiunte. È possibile collegare l'attività di tirocinio con la tesi di laurea, in modo da coniugare l'attività svolta in un contesto concretamente esperito con la riflessione teorica e metodologica necessaria a comprenderlo e a operarvi.

Il percorso formativo si articola in diverse aree di apprendimento finalizzate a costruire le competenze trasversali e quelle più specifiche, orientate a ciascun percorso:

l'area 'Dinamiche dell'interazione linguistica' si concentra sugli aspetti retorici, semiologici, linguistici della comunicazione (1 anno, 25 cfu obbligatori);

l'area 'Socio-culturale' fornisce la capacità di analizzare criticamente le caratteristiche culturali, storiche e sociologiche della realtà contemporanea e del contesto in cui avviene la comunicazione

l'area dei 'Linguaggi multimediali' fornisce conoscenze sui diversi canali comunicativi, sulle tecnologie mediali e sulla loro interazione

l'area 'Economico-giuridica' fornisce conoscenze relative agli aspetti economici e ai principi giuridici che riguardano l'editoria, il marketing e la comunicazione aziendale in senso stretto, la comunicazione istituzionale e sociale.

Tra le aree è l'obiettivo di fornire la capacità di comunicare in modo adeguato e efficace, con autonomia di giudizio e consapevolezza metodologica.

**Conoscenza e capacità di comprensione**

Il laureato ha approfondite conoscenze linguistiche e retoriche e la capacità di comprendere i processi comunicativi nei diversi contesti sociali e culturali in cui si svolgono. E' consapevole delle trasformazioni sociali, culturali ed economiche del mondo contemporaneo ed è in grado di progettare la comunicazione tenendo conto dello scenario mediale poiché conosce le culture di rete e digitali e i processi di innovazione in atto, il cambiamento delle pratiche e dei modelli di consumo.

Conosce l'editoria nei suoi diversi settori, sia nella struttura distributiva, sia relativamente alle tecniche di ideazione, produzione, promozione e marketing editoriale.

Conosce l'ambito della comunicazione di impresa, anche come fenomeno linguistico e socio-culturale. Ha nozioni di marketing strategico e operativo, nel contesto nazionale e internazionale.

Inoltre è consapevole delle principali questioni giuridiche che riguardano la proprietà intellettuale e il diritto dei media

Lo studente raggiunge gli obiettivi formativi attraverso una didattica articolata e interattiva che contempla oltre alle lezioni frontali, l'intervento di esperti e professionisti, seminari e discussioni guidate, presentazioni in aula da parte degli studenti stessi, nonché la lettura di bibliografie di spessore scientifico. Le diverse tipologie di didattica alimentano la rielaborazione dei concetti appresi e il confronto critico con i docenti e tra pari.

La verifica in sede di esame prevede diverse modalità: può avvenire in forma orale, scritta, con la presentazione di elaborati e tesine in modo da consentire il monitoraggio regolare e costante dei progressi dello studente.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato è in grado di:

- applicare le conoscenze linguistiche, metalinguistiche e retoriche, in funzione dei contesti comunicativi, dei destinatari e degli scopi prefissati, valutando l'efficacia del processo comunicativo;
- svolgere indagini, rilevare e rielaborare i dati, strutturare questionari per inchieste;
- servirsi di analisi di dati relativi ai sistemi medial;
- analizzare e redigere articoli in funzione delle strategie di agenda setting;
- inserirsi nel contesto professionale della comunicazione, ideare campagne, gestire contenuti;
- progettare forme di comunicazione integrata.

Lo studente raggiunge gli obiettivi formativi attraverso una didattica articolata e interattiva che prevede oltre all'attività frontale di aula, momenti seminariali/laboratoriali, presentazioni individuali, la realizzazione di prodotti multimediali, esercitazioni anche condotte in laboratori e aule attrezzate con pc e programmi specifici.

La verifica in sede di esame può avvenire in forma orale, scritta, con la presentazione e discussione di elaborati e prodotti multimediali.

Il tirocinio contribuisce a sviluppare un'adeguata consapevolezza del rapporto tra le dimensioni teoriche e pratiche della comunicazione.

Area delle dinamiche dell'interazione linguistica**Conoscenza e comprensione**

Gli insegnamenti dell'area 'Dinamiche dell'interazione linguistica' forniscono allo studente: approfondite conoscenze linguistiche e della dimensione semiotica e in particolare narratologica dei discorsi; capacità di comprensione dei processi comunicativi in diversi contesti, con particolare attenzione alle dinamiche caratteristiche della comunicazione persuasiva; conoscenze avanzate in lingua inglese con riferimento specifico all'uso della lingua nell'ambito specialistico della comunicazione persuasiva e dell'informazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di: applicare le conoscenze linguistiche e metalinguistiche ai diversi contesti comunicativi; analizzare e produrre testi comunicativi adatti ai diversi contesti, in funzione dei destinatari e degli scopi prefissati; valutare l'efficacia della comunicazione e delle strategie impiegate.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIGITAL E DATA STORY TELLING (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (*modulo di INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE*) [url](#)

LINGUA INGLESE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

LINGUISTICA PRAGMATICA (*modulo di LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE*) [url](#)

LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE [url](#)

PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (*modulo di LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE*) [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

SEMIOTICA A (*modulo di SEMIOTICA*) [url](#)

SEMIOTICA B (*modulo di SEMIOTICA*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING [url](#)

TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (*modulo di INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE*) [url](#)

TIROCINIO [url](#)

VIDEONARRAZIONI (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

Area Socio-culturale**Conoscenza e comprensione**

Gli insegnamenti dell'area 'Socio-culturale' forniscono allo studente: le conoscenze relative al contesto sociale, culturale e organizzativo in cui si svolgono i processi comunicativi; la capacità di comprendere le esigenze comunicative di aziende private ma anche di istituzioni ai fini di elaborare strategie di comunicazione in grado di intercettare i processi di mutamento sociale in atto; la capacità di leggere le trasformazioni sociali, culturali ed economiche del mondo

contemporaneo, attraverso l'analisi del cambiamento dei modelli e delle pratiche di consumo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato avrà acquisito capacità di: svolgere indagini, rilevare e rielaborare i dati che caratterizzano l'analisi sociologica; comprendere le relazioni che legano il contesto storico-culturale e i processi di mutamento sociale ai linguaggi della comunicazione.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (*modulo di TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (*modulo di MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA*) [url](#)

CULTURAL THEORY [url](#)

CULTURAL THEORY [url](#)

DIGITAL E DATA STORY TELLING (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

EDITORIA AUDIOVISIVA [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE A (*modulo di SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE*) [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE B (*modulo di SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE*) [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE [url](#)

SOCIOLOGIA VISUALE [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETÀ DELLE RETI (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETÀ DELLE RETI (*modulo di TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETÀ DELLE RETI (*modulo di TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

TIROCCINO [url](#)

Area dei Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali

Conoscenza e comprensione

L'area dei Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali fornisce competenze critico-analitiche relative: alle culture di rete e digitali e ai processi di innovazione in atto nel campo delle comunicazioni; alle dimensioni sociali e comunicative dei social media e delle piattaforme intese come nuovo macrosistema tecnologico; ai linguaggi visuali intermediali; alla produzione, distribuzione e consumi di contenuti crossmediali nell'ambito dell'informazione, dell'intrattenimento, della cultura e della comunicazione d'azienda e pubblica; alle rappresentazioni infografiche e alla visualizzazione dei dati nell'ambito del newsmaking e della comunicazione d'azienda; alla funzionalità di siti e strumenti web.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di utilizzare le conoscenze e gli strumenti metodologici per: interrogare e progettare basi di dati e servirsi di analisi di dati relativi ai sistemi medial; progettare e valutare siti e strumenti per il web; progettare strategie di comunicazione digitale e visuale; analizzare testi e consumi crossmediali; interpretare l'uso dell'infografica nei media e nella comunicazione dazienda e pubblica e nei processi di newsmaking.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

CINEMA E ARTI VISIVE (modulo di *CULTURA VISUALE*) [url](#)

CINEMA E ARTI VISIVE (modulo di *CULTURA VISUALE*) [url](#)

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (modulo di *TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (modulo di *MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA*) [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURAL THEORY [url](#)

CULTURAL THEORY [url](#)

DIGITAL E DATA STORY TELLING (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

DIGITAL E DATA STORY TELLING (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

EDITORIA AUDIOVISIVA [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (modulo di *INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE*) [url](#)

INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORISVE [url](#)

INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORISVE A (modulo di *INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORISVE*) [url](#)

INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORISVE B (modulo di *INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORISVE*) [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

SOCIOLOGIA VISUALE [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETA' DELLE RETI (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETA' DELLE RETI (modulo di *TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA E SOCIETÀ DELLE RETI (modulo di *TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING [url](#)

TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING [url](#)

TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (modulo di *INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE*) [url](#)

TIROCINIO [url](#)

VIDEONARRAZIONI (modulo di *CULTURA VISUALE*) [url](#)

VIDEONARRAZIONI [url](#)

VIDEONARRAZIONI (modulo di *CULTURA VISUALE*) [url](#)

Area Economico-giuridica

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area 'Economico-giuridica' forniscono allo studente: alcune nozioni di economia necessarie per operare nei diversi ambiti della comunicazione; conoscenze relative alla struttura distributiva e ai canali commerciali di vendita; aspetti del marketing strategico e operativo con un taglio sia teorico che pratico, nazionale e internazionale; la comprensione dell'importanza della dimensione giuridica che regola le diverse forme della comunicazione e nozioni di diritto relative a proprietà intellettuale, diritto d'autore, privacy e alle principali problematiche connesse all'impiego delle nuove forme medial.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato sarà capace di utilizzare le conoscenze e gli strumenti metodologici acquisiti per: inserirsi nel contesto professionale del settore editoriale, nell'ambito della distribuzione, della promozione e della produzione; tenere conto della dimensione giuridica dell'informazione e dell'editoria; gestire diversi aspetti della pratica professionale dell'attività pubblicitaria e delle strategie di marketing; tenere conto della dimensione giuridica della pubblicità e della comunicazione di impresa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (*modulo di MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA*) [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE [url](#)


DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA [url](#)

MARKETING E E-COMMERCE (*modulo di MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA*) [url](#)

PROVA FINALE [url](#)

TIROCINIO [url](#)

 QUADRO A4.c	Autonomia di giudizio Abilità comunicative Capacità di apprendimento
Autonomia di giudizio	<p>Tutti gli insegnamenti perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio dello studente. Le lezioni frontali privilegiano una didattica articolata e interattiva, che contempla discussioni guidate in cui lo studente apprende a rielaborare in forma personale i concetti appresi e a confrontarsi con un "pubblico" formato dai colleghi, dai docenti stessi e dagli eventuali esperti presenti. La verifica formale in sede di esame consente il monitoraggio regolare e costante dei progressi dello studente. Anche la partecipazione a stage e tirocini in ambienti di lavoro diversi contribuisce a sviluppare un'adeguata consapevolezza del rapporto tra le dimensioni teoriche e pratiche della comunicazione.</p> <p>La tesi di laurea permette di verificare ulteriormente la maturazione critica e scientifica raggiunta dallo studente.</p> <p>Al termine del suo percorso formativo, il laureato avrà quindi acquisito una verificata capacità autonoma di giudizio che lo metterà in grado di analizzare e interpretare le situazioni e i contesti in cui si troverà a operare; di valutare l'eventuale necessità di incrementare le proprie conoscenze (e in quali direzioni), le opportunità professionali e i rapporti interni alle strutture lavorative; di agire responsabilmente per raggiungere e far raggiungere ai propri collaboratori gli obiettivi prefissati.</p>
Abilità comunicative	<p>La didattica, nelle sue varie forme e articolazioni ricordate, ha tra i suoi obiettivi lo sviluppo delle abilità comunicative. In particolare le esercitazioni e i momenti seminariali prevedono presentazioni individuali di relazioni e/o prodotti multimediali in cui è possibile, per lo studente, sviluppare le proprie abilità e, per il docente, verificarne il progressivo apprendimento. Dal punto di vista linguistico, il laureato dovrà raggiungere una sicura padronanza della lingua italiana scritta e orale. Al tempo stesso, l'uso anche di una bibliografia in lingua, il contributo di visiting professor, il programma di scambi internazionali, le esperienze di stage e tirocinio all'estero, l'eventuale conseguimento del doppio titolo, avranno concorso a sviluppare la capacità di comunicare in una lingua straniera. Durante il percorso formativo, lo studente avrà acquisito le specifiche competenze informatiche e mediologiche che gli consentiranno di impiegare dati, informazioni e strumenti per svolgere efficacemente la propria professione; avrà le capacità</p>

comunicative necessarie per condividere il proprio pensiero nel mondo del lavoro e per modulare i propri registri linguistici e relazionali sulla base di contesti e destinatari. Tutti i conseguimenti e i processi di conseguimento delle abilità indicate sono regolarmente sottoposti a verifica attraverso gli esami, le esercitazioni e la continua interazione critica con i docenti.

Capacità di apprendimento

Grazie alla formazione accademica, alle conoscenze apprese e all'autonomia di giudizio raggiunta -verificate a passo a passo durante l'intero percorso accademico attraverso le prove d'esame scritte e orali, le relazioni scritte e presentate, il confronto costante con i docenti e, non da ultimo, la redazione della tesi di laurea- il laureato avrà raggiunto la capacità di dare una chiara organizzazione concettuale al sapere acquisito. Sarà consapevole dei contorni delle proprie competenze e del più vasto quadro di riferimento in cui esse sono state inserite durante il percorso formativo. Avrà quindi la capacità di percepire le necessità di allargamento degli orizzonti e avrà a disposizione la strumentazione metodologica sia per usare le risorse presenti in biblioteche e archivi tradizionali, sia per accedere alle informazioni disponibili in rete. Le esperienze seminariali interne all'università e quelle temporanee di lavoro nei tirocini lo avranno abituato al confronto e allo scambio sul terreno delle idee. Sarà quindi in grado di perseguire e apprendere ulteriori conoscenze, rese necessarie da sollecitazioni o richieste provenienti dall'inserimento nel mondo del lavoro, oppure con iniziative personali e autonome di ricerca, funzionali ad accrescere le proprie qualificazioni in funzione di obiettivi professionali, scientifici e culturali indipendenti.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

15/05/2014

La prova finale che consente il conseguimento della laurea magistrale consiste nella elaborazione e discussione di una tesi scritta o di una produzione multimediale (CD-Rom, audiovisivo ecc.), elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore. La tesi o la produzione multimediale potrà essere svolta in uno degli insegnamenti inclusi nell'offerta formativa e di cui lo studente abbia sostenuto l'esame. Potrà essere anche un approfondimento analitico e teorico di un'esperienza di tirocinio, dovrà essere coerente con le finalità del Corso di laurea e proporrà uno studio documentato e approfondito del tema prescelto.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

09/06/2020

La tesi di laurea consiste nella elaborazione di una tesi scritta o di una produzione multimediale, elaborata in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore; l'elaborato viene discusso in seduta pubblica.

La tesi, o la produzione multimediale, dovrà trattare un argomento proposto dallo studente e concordato con il relatore e dovrà essere attinente a uno degli insegnamenti inclusi nel piano didattico generale e di cui lo studente abbia superato la verifica. Potrà essere anche un approfondimento analitico e teorico di un'esperienza di tirocinio che proponga uno studio documentato e approfondito del tema prescelto.

Su espressa richiesta dello studente e con l'assenso del relatore, la tesi può essere redatta in una lingua diversa dall'italiano. Nel lavoro, che deve essere pienamente coerente con le finalità del Corso di studio e proporzionato al numero di crediti attribuiti alla prova (10 cfu), lo studente deve dimostrare padronanza metodologica, capacità di affrontare i problemi in modo autonomo e critico, capacità di reperire e fare uso di una bibliografia scientifica adeguata.

Il Corso di studio, per tramite del presidente, al momento della presentazione della richiesta di "assegnazione del titolo provvisorio e del relatore, accerta: a) la coerenza dell'argomento con gli obiettivi formativi del corso; b) che lo studente abbia sostenuto almeno un esame nel settore scientifico-disciplinare a cui è riconducibile l'argomento scelto per la tesi; c) che l'esame al cui settore scientifico-disciplinare va ricondotta la tesi, incluso nel piano di studio, non sia stato ancora superato esclusivamente nel caso in cui 1) lo studente intenda laurearsi nella sessione estiva o autunnale; 2) il relatore acconsenta alla scelta dell'argomento da parte del candidato prima che quest'ultimo abbia sostenuto l'esame.

A) Compiti del candidato

Il candidato deve chiedere l'assegnazione del titolo provvisorio e del relatore compilando la domanda Assegnazione titolo provvisorio e relatore, pubblicata nella pagina del Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione

<https://www.unibg.it/didattica/corsi-di-laurea/lettere-filosofia-comunicazione/prove-finali-e-tesi-di-laurea> (Regole generali)

La domanda deve precedere di almeno sei mesi la sessione di laurea, riportare la firma del relatore, l'indicazione dell'argomento o del titolo. Il presidente del Corso di studio consegnerà allo studente una copia firmata e ne tratterà una seconda copia.

Le modalità di presentazione della domanda di ammissione all'esame di laurea e la documentazione necessaria sono pubblicate alla pagina <https://www.unibg.it/didattica/corsi-di-laurea/lettere-filosofia-comunicazione/prove-finali-e-tesi-di-laurea>

Una copia a stampa della tesi (o adeguato supporto nel caso di una produzione multimediale) deve essere consegnata al relatore e al correlatore almeno dieci giorni prima della data fissata nel Calendario didattico per la discussione.

Eventuale rinuncia deve essere comunicata tempestivamente dallo studente laureando al Servizio studenti.

B) Referenti della tesi di laurea

Il relatore della tesi di laurea deve essere un titolare di insegnamento o di un modulo di insegnamento o un ricercatore universitario dell'Università degli Studi di Bergamo. Può essere relatore anche ogni docente fuori ruolo dell'Università degli Studi di Bergamo, purché tale incarico rientri fra i compiti didattici che gli sono stati assegnati dal Dipartimento. Nel caso in cui l'argomento della tesi riguardi il contenuto di uno stage il relatore deve essere il docente di riferimento del tirocinio.

Nel caso in cui un relatore cessi il rapporto istituzionale con l'Università degli studi di Bergamo, può mantenere l'impegno di referente della tesi di laurea fino a un anno solare dalla data di cessazione del rapporto; oltre tale scadenza, se la tesi non è ancora stata discussa, potrà partecipare come correlatore.

Il relatore ha il compito di concordare con lo studente l'argomento e il titolo della tesi di laurea, di seguirne la preparazione e la elaborazione.

In sede di esame di laurea, il relatore, prima, e il correlatore, poi, presentano alla Commissione giudicante le loro valutazioni riguardo all'elaborato.

Il relatore, inoltre, può proporre la nomina di un correlatore, scelto tra i docenti dell'ateneo o fra studiosi esperti dell'argomento trattato nella prova di laurea; il correlatore può non appartenere all'ambito accademico e può essere di qualsiasi cittadinanza. Il correlatore potrà assistere il relatore nella fase di preparazione e elaborazione del lavoro dello studente. Ove in possesso dei requisiti formali per la nomina a cultore della materia, il correlatore può essere incluso dal Direttore nella Commissione, altrimenti si limiterà a fornire le sue osservazioni sulla tesi e non parteciperà alla formulazione del voto.

C) Esame di laurea

La presentazione dell'elaborato di laurea da parte del candidato è preceduta o seguita dalla relazione del relatore e dalle osservazioni dell'eventuale correlatore; viene dunque esaminata e discussa dalla Commissione in forma plenaria. La Commissione formula quindi, riservatamente, la valutazione finale, espressa mediante la votazione in centodecimi. In seduta pubblica, il Presidente della Commissione proclama laureato il candidato dopo avergli attribuito il voto e conferito il titolo di studio.

D) La Commissione dell'esame di laurea

La Commissione di laurea e il relativo presidente sono nominati dal direttore del Dipartimento. Nessun membro deve risultare collocato a riposo, in aspettativa o in congedo per motivi che ne escludano la partecipazione alla seduta.

Le funzioni di presidente della Commissione sono svolte, ove presente, dal presidente del Consiglio di Corso di studio oppure dal professore di prima o seconda fascia più anziano nel ruolo.

Le Commissioni sono composte da non meno di cinque membri sono costituite in maggioranza da professori di prima e di seconda fascia e da ricercatori del Dipartimento. Almeno un membro della Commissione deve essere un professore di prima o seconda fascia.

Possono inoltre far parte della Commissione i cultori della materia, di cui all'art. 13 comma 1, che svolgono il ruolo di correlatore; nonché altri docenti dell'ateneo o docenti a contratto in servizio nell'anno accademico interessato.

Eventuali assenze e sostituzioni di membri della Commissione devono essere comunicate tempestivamente dagli interessati al Dipartimento, al Servizio studenti e al presidente della seduta di laurea. È compito del docente impossibilitato a essere presente concordare la sostituzione con un collega e con il presidente della seduta di laurea. Nel caso in cui la Commissione sia formata da un numero sufficiente di membri, il docente assente potrà concordare con il presidente la trasmissione di una relazione scritta che dovrà essere inviata al presidente stesso e al Dipartimento.

E) La valutazione

Il punteggio di base per la prova finale è costituito dalla media ponderata dei voti conseguiti nelle varie attività formative, espressa in centodecimi e arrotondata al più prossimo intero (per eccesso in caso di 0.5).

Nel calcolo della media ponderata per la determinazione del punteggio di base, per la prova di laurea si tiene esclusivamente conto dei voti conseguiti dallo studente durante il Corso di studio magistrale.

I crediti acquisiti a seguito di esami sovranumerari eventualmente sostenuti, con esito positivo, rimangono registrati nella carriera dello studente e possono dare luogo a successivi riconoscimenti ai sensi della normativa in vigore. Di tali crediti si terrà conto in sede di calcolo della media di laurea, fino a un massimo di 20 cfu, previa richiesta dello studente al Servizio studenti allatto della presentazione della domanda di ammissione all'esame di laurea.

Per ogni studente, il Servizio studenti fornisce alla Commissione: il punteggio di base; l'indicazione del titolo dell'elaborato finale della laurea magistrale; il curriculum degli esami sostenuti (specificando quelli eventualmente effettuati all'estero) e le relative votazioni.

La Commissione, per la valutazione dell'elaborato finale di laurea magistrale e della discussione in sede di esame di laurea, potrà assegnare sino a un massimo di 8 punti oltre il punteggio di base, così da consentire agli studenti che abbiano una media non inferiore a 27,8/30 di conseguire la laurea a pieni voti.

Il voto minimo per il superamento dell'esame di laurea è sessantasei centodecimi. Il voto massimo è centodieci centodecimi; a tale voto, e solo all'unanimità, la Commissione può aggiungere la lode.

Nel caso di elaborati meritevoli di pubblicazione, su richiesta del relatore la Commissione, all'unanimità, può conferire la "dignità di stampa".



Curriculum: EDITORIA E COMUNICAZIONE VISIVA E DIGITALE

Attività caratterizzanti				
ambito: Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi			CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito			35	30 - 45
Gruppo	Settore			
C11	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni		5 - 10	5 - 10
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	INF/01 Informatica			
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 5 CFU - obbl		
C12	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi		25 - 35	25 - 35
	↳	SEMIOTICA (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA A (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA B (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳	LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl		
	↳	LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 10 CFU - annuale - obbl		
↳	PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl			
L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea				
LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale -				

	↳ obbl		
ambito: Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		20	15 - 20
Gruppo	Settore		
C21	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione		
	↳ <i>VIDEONARRAZIONI (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>	5 - 10	5 - 10
	↳ <i>CINEMA E ARTI VISIVE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>		
	↳ <i>CULTURA VISUALE (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl</i>		
C22	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi		
	↳ <i>COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (2 anno) - 5 CFU - obbl</i>	10 - 10	10 - 10
	↳ <i>TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING (2 anno) - 10 CFU - obbl</i>		
	↳ <i>TEORIE DEI MEDIA E SOCIETA' DELLE RETI (2 anno) - 5 CFU - obbl</i>		
ambito: Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		10	10 - 20
Gruppo	Settore		
C31	SPS/07 Sociologia generale		
	↳ <i>SOCIOLOGIA VISUALE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>	10 - 20	10 - 20
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico		
	↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale</i>		
	↳ <i>DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale</i>		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 60 (minimo da D.M. 48)			
Totale attività Caratterizzanti		65	60 - 85

--	--	--	--	--

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	L-LIN/10 Letteratura inglese			
	↳ CULTURAL THEORY (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ LINGUA INGLESE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	35	25	15 - 30 min
	↳ EDITORIA AUDIOVISIVA (2 anno) - 5 CFU - obbl			12
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale			
↳ TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING (2 anno) - 5 CFU - obbl				
↳ DIGITAL E DATA STORY TELLING (2 anno) - 5 CFU - obbl				
Totale attività Affini			25	15 - 30

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		10	10 - 10
Per la prova finale		10	10 - 10
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilit informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	5	5 - 5
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		5	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		5	5 - 5
Totale Altre Attività		30	30 - 30

Curriculum: COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE, GLI ENTI E LE POLITICHE PUBBLICHE

Attività caratterizzanti				
ambito: Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi			CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito			40	30 - 45
Gruppo	Settore			
C11	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni		5 - 10	5 - 10
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	INF/01 Informatica			
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 5 CFU - obbl		
C12	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro		25 - 35	25 - 35
	↳	SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE A (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE B (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳	SEMIOTICA (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA A (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA B (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳	LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl		
↳	LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 10 CFU - annuale - obbl			

	↳ PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl		
ambito: Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		15	15 - 20
Gruppo	Settore		
C21	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	5 - 10	5 - 10
	↳ VIDEONARRAZIONI (2 anno) - 5 CFU - obbl		
C22	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	10 - 10	10 - 10
	↳ COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳ TEORIE DEI MEDIA E COMUNICAZIONE DIGITALE (2 anno) - 10 CFU - obbl		
	↳ TEORIE DEI MEDIA E SOCIETÀ DELLE RETI (2 anno) - 5 CFU - obbl		
ambito: Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		10	10 - 20
Gruppo	Settore		
C31	SPS/07 Sociologia generale	10 - 20	10 - 20
	↳ SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico		
	↳ DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (2 anno) - 5 CFU		
	↳ DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 5 CFU		
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 60 (minimo da D.M. 48)			
Totale attività Caratterizzanti		65	60 - 85

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	L-LIN/10 Letteratura inglese			

Attività formative affini o integrative	↳ CULTURAL THEORY (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl	40	25	15 - 30 min 12
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ LINGUA INGLESE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	↳ COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			
	↳ MARKETING E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl			
	↳ MARKETING E E-COMMERCE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
↳ SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale				
Totale attività Affini			25	15 - 30

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		10	10 - 10
Per la prova finale		10	10 - 10
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilit informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	5	5 - 5
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		5	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		5	5 - 5
Totale Altre Attività		30	30 - 30

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum **COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE, GLI ENTI E LE POLITICHE PUBBLICHE:**

120 105 - 145

Curriculum: INFORMAZIONE E GIORNALISMO

Attività caratterizzanti				
ambito: Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi			CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito			35	30 - 45
Gruppo	Settore			
C11	INF/01 Informatica		5 - 10	5 - 10
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	↳	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	↳	TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (2 anno) - 5 CFU - obbl		
C12	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi		25 - 35	25 - 35
	↳	SEMIOTICA (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA A (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	↳	SEMIOTICA B (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳	LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl		
	↳	LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 10 CFU - annuale - obbl		
	↳	PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 5 CFU - annuale - obbl		
L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea				
↳	LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			
ambito: Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione			CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito			20	15 - 20

Gruppo	Settore		
C21	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione		
	↳ CINEMA E ARTI VISIVE (2 anno) - 5 CFU - obbl	5 -	5 -
	↳ CULTURA VISUALE (2 anno) - 10 CFU - obbl	10	10
	↳ VIDEONARRAZIONI (2 anno) - 5 CFU - obbl		
C22	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi		
	↳ COMUNICAZIONE CONVERGENTE E SOCIAL MEDIA (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl	10 -	10 -
	↳ TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl	10	10
	↳ TEORIE DEI MEDIA E SOCIETA' DELLE RETI (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl		
ambito: Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		10	10 - 20
Gruppo	Settore		
C31	SPS/07 Sociologia generale		
	↳ SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE (2 anno) - 5 CFU - obbl		
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	10 -	10 -
	↳ DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (2 anno) - 5 CFU	20	20
↳ DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 5 CFU			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 60 (minimo da D.M. 48)			
Totale attività Caratterizzanti		65	60 - 85

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ LINGUA INGLESE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl			

Attività formative affini o integrative	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	45	25	15 - 30 min 12
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>ANALISI DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>DIGITAL E DATA STORY TELLING (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE (1 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE A (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>			
↳ <i>INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE B (1 anno) - 5 CFU - semestrale - obbl</i>				
Totale attività Affini			25	15 - 30

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		10	10 - 10
Per la prova finale		10	10 - 10
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilit informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	5	5 - 5
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		5	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		5	5 - 5
Totale Altre Attività		30	30 - 30

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum *INFORMAZIONE E GIORNALISMO*:

120

105 - 145

PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA					
CURRICULUM EDITORIA E COMUNICAZIONE VISIVA E DIGITALE					
A.A. 2020-2021					
PRIMO ANNO					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					
ATTIVO DALL'A.A. 2020-2021					
TOTALE CFU		I ANNO	60		
Regola n. 1 ESAMI OBBLIGATORI I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.1		CFU	50		
93177	SEMIOTICA	M-FIL/05	5	C12	Semiotica A
			5		Semiotica B
93187	LINGUISTICA PRAGMATICA E	L-LIN/01	5	C12	Linguistica Pragmatica
			5		Pragmatica dell'interazione
93175	LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE	L-FIL-LET/11	5	C12	\
93184	CULTURAL THEORY	L-LIN/10	10	AAI	\
93171	CULTURA VISUALE	L-ART/06	5	C21	Videonarrazioni
			5		Cinema e arti visive
93189	SOCIOLOGIA VISUALE	SPS/07	5	C31	
Regola n. 2 ESAMI A SCELTA I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.2		CFU	5		
93174	LINGUA INGLESE	L-LIN/12	5	AAI	
93178	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	SPS/08	5	AAI	
Regola n. 3 ESAMI A SCELTA I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N. 3		CFU	5		
93168	DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE	IUS/09	5	C31	
93163	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	IUS/09	5	C31	
SECONDO ANNO					
CURRICULUM EDITORIA E COMUNICAZIONE VISIVA E DIGITALE					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					
ATTIVO DALL'A.A. 2021-2022					
TOTALE CFU		II ANNO	60		
Regola n. 4 ESAMI OBBLIGATORI II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.4		CFU	50		
93173	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE	INF/01	5	C11	Informatica per la comunicazione LM
			5		Teorie e tecniche della progettazione web
93191	TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING	SPS/08	5	C22	Teorie dei media e società delle reti
			5		Comunicazione convergente e social media
			5		Digital e data storytelling
93192	EDITORIA AUDIOVISIVA	SECS-P/08	5	AAI	\
93140	TIROCINIO	\	10	ALTRE	\
93155	PROVA FINALE	\	10	ALTRE	\
Regola n. 5 ESAMI A SCELTA LIBERA II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N. 5		CFU	10		
	SCELTA LIBERA	\	10	ALTRE	\

PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA					
CURRICULUM COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE, GLI ENTI E LE POLITICHE					

A.A. 2020-2021					
PRIMO ANNO					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					
ATTIVO DALL'A.A. 2020-2021					
TOTALE CFU		I ANNO	60		
Regola n. 1 ESAMI OBBLIGATORI I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.1		CFU	55		
93177	SEMIOTICA	M-FIL/05	5	C12	Semiotica A
			5		Semiotica B
93187	LINGUISTICA PRAGMATICA E	L-LIN/01	5	C12	Linguistica Pragmatica
		L-LIN/01	5		Pragmatica dell'interazione
93184	CULTURAL THEORY	L-LIN/10	10	AAI	\
93147	MARKETING E COMUNICAZIONE	SECS-P/08	5	AAI	Comunicazione pubblicitaria
			5		Marketing e e-commerce
93179	SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE	SPS/09	5	C12	Sociologia dell'organizzazione A
			5	C12	Sociologia dell'organizzazione B
93183	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	SPS/07	5	C31	\
Regola n. 2 ESAMI A SCELTA I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.2		CFU	5		
93174	LINGUA INGLESE	L-LIN/12	5	AAI	\
93178	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	SPS/08	5	AAI	\
CURRICULUM COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE, GLI ENTI E LE POLITICHE					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					
ATTIVO DALL'A.A. 2021-2022					
TOTALE CFU		II ANNO	60		
Regola n. 3 ESAMI OBBLIGATORI II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.3		CFU	45		
93173	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE	INF/01	5	C11	Informatica per la comunicazione LM
		ING-INF/05	5		Teorie e tecniche della progettazione web
93180	TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE	SPS/08	5	C22	Teorie dei media e società delle reti
			5		Comunicazione convergente e social media
93171-MOD1	VIDEONARRAZIONI	L-ART/06	5	C21	\
93140	TIROCINIO	\	10	ALTRE	\
93155	PROVA FINALE	\	10	ALTRE	\
Regola n. 4 ESAMI A SCELTA II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N. 4		CFU	5		
93168	DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE	IUS/09	5	C31	\
93163	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	IUS/09	5	C31	\
Regola n. 5 ESAMI A SCELTA LIBERA II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N. 5		CFU	10		
\	SCELTA LIBERA	\	10	ALTRE	\
PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA					
CURRICULUM INFORMAZIONE E GIORNALISMO					
A.A. 2020-2021					
PRIMO ANNO					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					

ATTIVO DALL'A.A. 2020-2021					
TOTALE CFU		I ANNO	60		
Regola n. 1 ESAMI OBBLIGATORI I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.1		CFU	55		
93187	LINGUISTICA PRAGMATICA E	L-LIN/01	5	C12	Linguistica Pragmatica
		L-LIN/01	5		Pragmatica dell'interazione
93177	SEMIOTICA	M-FIL/05	5	C12	Semiotica A
			5		Semiotica B
93175	LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE	L-FIL-LET/11	5	C12	\
93186	INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORIVE	SPS/08	5	AAI	Informazione, media e reti discorsive A
		SPS/08	5	AAI	Informazione, media e reti discorsive B
93191	TEORIE DEI MEDIA, COMUNICAZIONE DIGITALE E DATA STORYTELLING	SPS/08	5	C22	Teorie dei media e società delle reti
			5		Comunicazione convergente e social media
			5	AAI	Digital e data storytelling
93169	ANALISI DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE	SPS/08	5	AAI	\
Regola n. 2 ESAMI A SCELTA I ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.2		CFU	5		
93174	LINGUA INGLESE	L-LIN/12	5	AAI	\
93178	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	SPS/08	5	AAI	\
SECONDO ANNO					
CURRICULUM INORMAZIONE E GIORNALISMO					
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2020-2021					
ATTIVO DALL'A.A. 2021-2022					
TOTALE CFU		II ANNO	60		
Regola n. 3 ESAMI OBBLIGATORI II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.3		CFU	45		
93173	INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE	INF/01	5	C11	Informatica per la comunicazione LM
		ING-INF/05	5		Teorie e tecniche della progettazione web
93193	SOCIOLOGIA E RICERCA SOCIALE	SPS/07	5	C31	\
93171	CULTURA VISUALE	L-ART/06	5	C21	Videonarrazioni
			5		Cinema e arti visive
93140	TIROCINIO	\	10	ALTRE	\
93155	PROVA FINALE	\	10	ALTRE	\
Regola n. 4 ESAMI A SCELTA II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N.4		CFU	5		
93168	DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE	IUS/09	5	C31	\
93163	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	IUS/09	5	C31	\
Regola n. 5 ESAMI A SCELTA LIBERA II ANNO					
TOTALE CFU REGOLA N. 5		CFU	10		
\	SCELTA LIBERA	\	10	ALTRE	\