



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di BERGAMO
Nome del corso in italiano RD	Comunicazione, informazione, editoria(<i>IdSua:1572067</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://ls-cie.unibg.it/it
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.	CUMAN	Andrea Davide	SPS/08	ID	1	Caratterizzante
3.	MARZANO	Marco	SPS/09	PO	1	Caratterizzante
4.	MOLINELLI	Piera	L-LIN/01	PO	1	Caratterizzante
5.	PASQUALI	Francesca	SPS/08	PO	1	Caratterizzante
6.	CAVALLONE	Mauro	SECS-P/08	PA	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

Rappresentanti degli studenti non indicati

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

12/05/2021

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;
- * 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 esercitazioni e tirocini 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 dedicato agli studenti del corso in Comunicazione, informazione, editoria è poi l'accordo di Doppio titolo con 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 mediali, editoriali e creative, i social media e il web, le agenzie di comunicazione e di pubblicità, gli uffici stampa e per le relazioni pubbliche di enti ed istituzioni pubblici, gli uffici comunicazione di aziende e società private e i news media.

Il corso di laurea partecipa al progetto Open Badge di Ateneo, per implementazione degli obiettivi di Bologna. Il rilascio degli Open Badge permette il riconoscimento automatico dei titoli formali affiancato dalla notarizzazione Blockcerts, che permette di verificare con sicurezza quali competenze sono state raggiunte.

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)

13/04/2021

Nella seduta di consiglio dell'11 febbraio 2020 (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 con le parti interessate.

La situazione sanitaria legata all'emergenza COVID ha reso possibile solo la consultazione diretta in via telematica del comitato di indirizzo del Corso di Laurea. A questo si è affiancata la consueta consultazione indiretta attraverso le fonti documentali.

In particolare, sono state consultate le seguenti fonti: Almalaurea sui profili dei laureati, le indagini Isfol, le indagini ISTAT e le relazioni annuali di Agcom e del Censis oltre a 'Il libro bianco delle professioni della comunicazione 2019' (F. Angeli ed. 2019).

Il comitato di indirizzo composto da rappresentanti del mondo editoriale, dell'impresa, della scuola e del terzo settore si è

riunito In data 31 agosto 2020. Durante la riunione sono stati discussi i seguenti punti: 1) l'offerta didattica del CdS e la definizione dei profili professionali; 2) il rapporto con il territorio e lo stakeholder engagement.

Rispetto all'offerta formativa, il confronto con il comitato di indirizzo ha evidenziato i seguenti aspetti:

- 1) l'importanza di puntare sull'offerta di saperi solidi e finalizzati a costruire strumenti di comprensione critica della realtà e di analisi della complessità del campo culturale e creativo;
- 2) l'utilità dei laboratori e dei seminari come momento di acquisizione di competenze pratiche, e come modo di trasmissione di soft skills (es. capacità di cogliere i bisogni dell'azienda lavorando su un brief, lavoro di gruppo, autoimprenditorialità).
- 3) Il bilanciamento di queste due aspetti è fondamentale per formare laureati e laureate in grado di affrontare il campo professionale con la solidità e flessibilità necessarie per interagire con un panorama lavorativo in rapida evoluzione (anche in epoca di Covid 19)


Sul versante del rapporto con le parti interessate è emersa l'utilità di concentrarsi sulla:

- 1) progettazione di attività continuative di consultazione delle parti sociali (tramite questionari o interviste somministrate periodicamente);
- 2) valorizzazione dei tirocini come strumento per la costruzione della relazione con le aziende e gli stakeholder professionali;
- 3) attività di terza missione come forme di costruzione di progettualità condivisa finalizzate alla legittimazione culturale del CdS nel territorio e allo stakeholder engagement.

Le future consultazioni con il comitato di indirizzo e delle fonti indirette si terranno con cadenza annuale.

La documentazione relativa alla consultazione del comitato di indirizzo è allegata

Pdf inserito: [visualizza](#)

 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	
<p>funzione in un contesto di lavoro:</p> <p>Il laureato/la laureata in Comunicazione, Informazione, Editoria svolge attività qualificate e di responsabilità nella produzione, gestione e diffusione di contenuti nei media, nelle imprese culturali e creative, nell'editoria e nell'informazione, e in aziende pubbliche e private e in enti con funzione di comunicazione interna ed esterna. Progetta contenuti per la comunicazione d'azienda, l'informazione e le piattaforme digitali, ed esercita funzioni di controllo nell'ambito delle imprese culturali e creative, nell'editoria e nell'informazione. È in grado di rivestire ruoli di coordinamento e di ricoprire funzioni di responsabilità.</p> <p>competenze associate alla funzione:</p> <p>Le competenze di elaborazione di testi e contenuti sono supportate da:</p> <ul style="list-style-type: none">- conoscenze e competenze specialistiche in ambito linguistico, semiotico e dei linguaggi della comunicazione;- conoscenze e competenze specialistiche nell'area socio-culturale;- conoscenze e competenze approfondite dei processi specifici dell'informazione e comunicazione anche digitale, convergente e multiplatforma- conoscenze sulle audience medial e sui pubblici delle industrie culturali e creative <p>Il laureato/la laureata conosce le tecniche retoriche e di scrittura nei diversi ambiti della comunicazione, sa reperire, gestire ed elaborare informazioni e contenuti. Sa rilevare dati in funzione di comunicazione interna ed esterna e di informazione e contestualizzare i processi comunicativi in relazione ai pubblici e all'interno di processi sociali più ampi con particolare attenzione agli aspetti di innovazione e complessità culturale.</p> <p>Il laureato/la laureata ha autonomia di giudizio, senso critico, capacità di lavorare in gruppo e attitudine al problem solving e all'autoimprenditorialità.</p>	

sbocchi occupazionali:

Gli sbocchi occupazionali si caratterizzano per funzioni di responsabilità nell'ambito di aziende operanti nel settore dell'informazione e dei media, delle industrie culturali e creative, e in enti, istituzioni, aziende nell'ambito della comunicazione interna ed esterna.

In particolare, i diversi curricula preparano ad operare in uffici comunicazione; uffici e agenzie di stampa; uffici di comunicazione della Pubblica Amministrazione e di enti; agenzie di pubblicità promozione e sponsorizzazione di turismo, eventi, mostre e attività culturali; istituti di ricerca sociologica e di mercato; redazioni e servizi editoriali; redazioni di quotidiani, periodici, radio, televisioni.

Tra le figure professionali, non previste dalla classificazione ISTAT, cui prepara il corso di laurea nei suoi diversi curricula, sono incluse: collaboratore di agenzia di stampa, periodici e quotidiani; collaboratore di imprese culturali e creative; collaboratore in imprese editoriali; multimedia content creator; social media editor; social media manager.

Come da declaratoria della LM- 19 il Corso non dà accesso diretto alla professione di giornalista, che dipende da regole proprie di inserimento e dall'appartenenza a un Ordine professionale specifico.



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

23/03/2021

Per essere ammessi al Corso di laurea magistrale in Comunicazione, Informazione, Editoria occorre essere in possesso di una laurea o del diploma universitario di durata triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. È anche necessario il possesso dei requisiti curriculari e il superamento di una verifica dell'adeguatezza della preparazione personale.

Requisiti curriculari

Laurea triennale afferente a una delle seguenti classi di laurea:

Beni Culturali (L01)

Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (L03)

Filosofia (L5)

Lettere (L10)

Lingue e culture moderne (L11)

Mediazione Linguistica (L12)

Scienze dei servizi giuridici (L-14)

Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione (L-16)

Scienze dell'economia e della gestione aziendale (L-18)

Scienze dell'educazione e della formazione (L-19)

Scienze della comunicazione (L-20)

Scienze e tecniche psicologiche (L-24)

Scienze politiche e delle relazioni internazionali (L-36)

Sociologia (L-40)
Storia (L-42)

2. Laurea triennale appartenente ad una classe differente da quelle sopra indicate, e almeno 60 CFU (*) nel piano di studi della laurea triennale nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

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

3. Possesso di titolo ex. D.M. 509/99 e Ordinamento previgente: le classi di laurea vengono equiparate alle classi ex DM 270/04 indicate nel presente articolo, ai sensi del Decreto interministeriale del 9 luglio 2009.

4. Possesso di un titolo conseguito all'estero. La corrispondenza tra l'ambito di provenienza e le classi DM 270/04 indicate nel presente articolo è valutata dalla Commissione di verifica istituita dal Consiglio di corso di studio.

L'ammissione al corso di laurea è altresì subordinata al possesso di una competenza di lingua inglese di livello B2 (CEFR) del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue.

Verifica dell'adeguatezza della preparazione

L'ammissione al corso di Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria è subordinata al superamento di un colloquio volto alla verifica dell'adeguatezza della personale preparazione.

Il regolamento didattico del corso di laurea magistrale determina le modalità di verifica del possesso dei requisiti curriculari richiesti, compresa la conoscenza della lingua inglese (livello B2), e dell'adeguatezza della preparazione personale.

▶ QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

10/05/2021

L'ammissione alla laurea magistrale è subordinata al soddisfacimento dei requisiti curriculari descritti nel quadro A3.a 'Conoscenze richieste per l'accesso' in termini di possesso di una laurea in determinate classi e di CFU in determinati Settori Scientifico-Disciplinari.

La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione è obbligatoria, ed è successiva e mai sostitutiva alla verifica dei requisiti curriculari. In caso di mancato possesso dei requisiti curriculari lo studente non verrà ammesso alla fase di verifica della preparazione personale e deve iscriversi a corsi singoli per integrare i requisiti mancanti in vista dell'iscrizione nell'anno accademico successivo.

Non è prevista l'assegnazione di debiti formativi od obblighi formativi aggiuntivi (OFA).

La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione è svolta secondo i seguenti criteri:

- Media ponderata degli esami sostenuti nel ciclo di studi precedente pari o superiore a 28;
- Per lo studente/la studentessa che non ha conseguito il titolo di studio triennale alla data di scadenza per la pre-iscrizione (pre-iscrizione con riserva), media ponderata degli esami fino ad allora sostenuti nel ciclo di studi precedente pari o superiore

a 28 da attestare con apposita documentazione allatto della domanda.

- Qualora la media dei voti sia inferiore alla soglia di 28, lammissione è subordinata al superamento di un colloquio individuale che verte sulla carriera pregressa dello studente/studentessa, ed è finalizzato alla discussione delle competenze acquisite durante i cicli di formazione pregresse nei campi disciplinari previsti dal corso di laurea (scienze sociali, scienze linguistiche e semiologiche, studi culturali, informatica), e in generale allaccertamento del possesso delle conoscenze richieste per laccesso al CdS magistrale.

La verifica del livello B2 di lingua inglese si considera assolta tramite la presentazione di certificazioni linguistiche o tramite la presenza di un esame di livello B2 nel ciclo di studi precedente.

Tale presenza va dichiarata e supportata da adeguata documentazione da attestare con apposita documentazione da presentare in segreteria allatto della domanda.

In mancanza di questa documentazione, la competenza linguistica verrà verificata in sede di colloquio.

Se non hanno la certificazione del livello B2 di lingua inglese o adeguata documentazione sugli esami sostenuti nel ciclo di studi precedente, anche gli studenti esonerati dal colloquio sulla base della media uguale o superiore a 28 dovranno sostenere il colloquio per la sola parte di competenza linguistica.

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



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

23/01/2021

Il corso di laurea magistrale ha come obiettivo formativo specifico quello di offrire una preparazione approfondita nei settori della comunicazione dazienda pubblica e privata, dell'editoria e del giornalismo.

Nella sua articolazione fra i diversi curricula il corso fornisce specifica preparazione nellambito: 1) della comunicazione dimpresa, pubblica ed istituzionale, con attenzione particolare alla produzione di contenuti di informazione interna ed esterna in un contesto multiplatforma; 2) delle imprese editoriali, con particolare riferimento alla dimensione della convergenza mediale e della digitalizzazione; 3) dellinformazione con specifica attenzione allinnovazione dei prodotti e alle interazioni fra informazione e società.

Il percorso formativo è articolato in diverse aree di apprendimento che comprendono insegnamenti finalizzati a costruire le competenze disciplinari comuni ai diversi curricula e insegnamenti che definiscono gli obiettivi formativi specifici dei diversi curricula della laurea: l'area 'Dinamiche dell'interazione linguistica' si concentra sugli aspetti retorici, semiologici, linguistici della comunicazione; l'area 'Socio-culturale' fornisce la capacità di analizzare criticamente le caratteristiche culturali, storiche e sociologiche della contemporaneità e dei contesti in cui avviene la comunicazione. l'area dei 'Linguaggi e dei processi della comunicazione' fornisce conoscenze sui diversi mezzi, sulle tecnologie mediali e sulla loro interazione nel contesto digitale e multiplatforma e sui pubblici dei media e delle industrie culturali e creative. l'area 'Economico-giuridica' fornisce conoscenze relative agli aspetti economici e ai principi giuridici che riguardano l'editoria, il marketing e la comunicazione aziendale, la comunicazione istituzionale e sociale.

In generale il corso di studi promuove la consapevolezza della pluralità dei contesti, dei processi e dei linguaggi della comunicazione e dellelevato tasso di innovazione che li caratterizza.

A questo proposito il corso di studi ritiene irrinunciabile il bilanciamento fra una formazione teorico-metodologica solida, finalizzata ad alimentare le capacità progettuali, analitiche e critiche del laureato/della laureata e una modalità didattica e attività integrative orientate alla relazione con il mondo del lavoro (ad es. tirocini, seminari). Il tirocinio (12 cfu) è obbligatorio. È possibile collegare l'attività di tirocinio con la tesi di laurea, in modo da coniugare lattività svolta nei contesti lavorativi con la riflessione teorica e metodologica necessaria a comprenderli e a operarvi.

Trasversale alle aree di apprendimento e all'esperienza di tirocinio è l'obiettivo formativo di fornire la capacità di comunicare in modo adeguato ed efficace, con autonomia di giudizio e consapevolezza metodologica.

**Conoscenza e capacità di comprensione**

Il laureato/la laureata conosce teorie e modelli di analisi della comunicazione con particolare riferimento agli scenari convergenti e multiplatforma, e sa analizzare criticamente il panorama della comunicazione, le tecnologie, gli ambienti, i contenuti e i pubblici.

Ha approfondite conoscenze sui linguaggi della comunicazione e la capacità di comprendere i processi comunicativi nei diversi contesti sociali e culturali in cui si svolgono.

È 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 i processi di differenziazione in atto nelle industrie culturali e creative contemporanee, e il cambiamento delle pratiche e dei modelli di consumo culturale.

Inoltre è consapevole delle principali questioni giuridiche che riguardano la proprietà intellettuale e il diritto nell'ambito della comunicazione.

Il laureato/la laureata conosce le imprese culturali e creative nei loro diversi settori e nelle loro intersezioni sia nella struttura distributiva, sia relativamente alle tecniche di ideazione, produzione e promozione.

Conosce l'ambito della comunicazione di impresa, anche come fenomeno linguistico e socio-culturale e organizzativo.

Conosce il campo dell'informazione, nelle sue relazioni con i processi di innovazione tecnologica e di trasformazione sociale.

Gli obiettivi conoscitivi descritti sono raggiunti attraverso una didattica articolata e partecipata che prevede accanto a lezioni frontali, l'intervento di esperti e professionisti, seminari e discussioni guidate, presentazioni in aula. 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 progetti autonomi in modo da consentire un monitoraggio regolare e costante dei progressi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

In funzione dei diversi profili curriculari previsti, il laureato/la laureata sa:

- produrre e gestire i contenuti della comunicazione in ambito aziendale e istituzionale, verso l'interno e verso l'esterno;
- analizzare ed elaborare la produzione editoriale cartacea e multiplatforma, 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 mediologici e tecnici adeguati

Il laureato/la laureata negli specifici contesti professionali delineati dai profili curriculari 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;
- produrre contenuti di comunicazione e di informazione attraverso le modalità, le forme e gli stili propri di ciascun formato mediale (stampata, radio, televisione, piattaforme online);
- organizzare il flusso informativo e di circolazione dei contenuti anche sulle diverse piattaforme;
- analizzare i prodotti di comunicazione anche in funzione dei pubblici di destinazione;
- svolgere indagini, rilevare e rielaborare i dati, presentarli nella modalità più adatte ai contesti e ai pubblici;
- valutare le implicazioni deontologiche e giuridiche di quanto progettato e utilizzato.

Il laureato/laureata ha, infine, competenze trasversali atte a sviluppare la capacità di: tradurre in pratica le competenze acquisite; riconoscere i limiti delle proprie conoscenze e competenze e reperire strumenti necessari al loro ampliamento ove la situazione e il contesto lavorativo lo richiedessero; inserirsi in contesti lavorativi diversificati, comprendendo le necessità degli ambiti in cui si troveranno a operare e suggerendo soluzioni efficaci; lavorare in gruppo in contesti multiculturali e multidisciplinari, anche attraverso l'uso di piattaforme digitali; l'autoimprenditorialità necessaria a operare in un campo, quello delle professioni della comunicazione, sottoposto a costante mutamento.

Gli obiettivi formativi sono raggiunti attraverso una didattica articolata e partecipata che prevede accanto all'attività frontale di aula, momenti seminariali/laboratoriali, presentazioni individuali, la realizzazione di prodotti di comunicazione, esercitazioni anche condotte in laboratori. 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.

▶ QUADRO A4.b.2

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

Area delle dinamiche dell'interazione linguistica

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area 'Dinamiche dell'interazione linguistica' forniscono approfondite conoscenze linguistiche e della dimensione semiotica e in particolare narratologica dei discorsi con riferimento ai diversi profili curricolari; capacità di comprensione dei processi comunicativi in diversi contesti anche multiculturali; 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/la laureata è 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](#)

LINGUA INGLESE [url](#)

LINGUA INGLESE [url](#)

LINGUA INGLESE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

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

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

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

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

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

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

SEMIOTICA [url](#)
SEMIOTICA A [url](#)

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

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

Area Socio-culturale

Conoscenza e comprensione

Con riferimento ai diversi profili curricolari, gli insegnamenti dell'area 'Socio-culturale' forniscono allo studente: le conoscenze relative al contesto storico, sociale, culturale e organizzativo in cui si svolgono i processi comunicativi; la capacità di comprendere le esigenze comunicative di aziende e 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, dei campi dell'informazione e del discorso politico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato/la laureata ha 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](#)

COMUNICAZIONE POLITICA 2 [url](#)

RICERCA SOCIALE E CONTESTI ORGANIZZATIVI [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2 [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2A (*modulo di SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2*) [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2B (*modulo di SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2*) [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

STORIA DEL GIORNALISMO 2 [url](#)

STORIA DEL GIORNALISMO 2 [url](#)

TEORIA SOCIALE [url](#)

Area dei Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali

Conoscenza e comprensione

L'area dei Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali fornisce, con specifiche declinazioni curricolari, 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; nell'ambito del newsmaking, comunicazione d'azienda e della comunicazione politica; alla funzionalità di siti e strumenti web.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato/la laureata è 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 mediali; progettare e valutare siti e strumenti per il web; progettare strategie di comunicazione digitale e visuale; analizzare testi e consumi crossmediali nei media e nella comunicazione d'azienda e pubblica e nei processi di newsmaking

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURAL THEORY [url](#)

INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE [url](#)

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

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM [url](#)

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

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

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

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (*modulo di MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (*modulo di MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (*modulo di MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (*modulo di MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE*) [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (*modulo di INFORMATICA E PROGETTAZIONE*

MULTIMEDIALE) [url](#)

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

VIDEONARRAZIONI [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 mediali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato/la laureata è 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](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

ECONOMIA DEI MEDIA 2 [url](#)

MARKETING E E-COMMERCE [url](#)

**Autonomia di giudizio**

Al termine del suo percorso formativo, il laureato/la laureata ha autonomia di giudizio e è in grado di: 1) analizzare e interpretare le situazioni e i contesti in cui si trova a operare; 2) valutare l'eventuale necessità di incrementare le proprie conoscenze (e in quali direzioni), le opportunità professionali e i rapporti interni alle strutture lavorative; 3) agire responsabilmente per raggiungere e far raggiungere ai propri collaboratori gli obiettivi prefissati.

Modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati vengono conseguiti

L'attività didattica curriculare e integrativa e le attività seminariali perseguono l'obiettivo di sviluppare l'autonomia di giudizio. Le lezioni frontali, eventualmente integrate da attività seminariali, privilegiano una didattica partecipata e discussioni guidate in cui rielaborare in forma personale i concetti appresi nel confronto fra pari, con i docenti e con gli eventuali esperti provenienti dal mondo delle professioni.

Strumenti didattici con cui sono verificati

La verifica formale in sede di esame consente il monitoraggio regolare e costante dei progressi. Anche la partecipazione a tirocini contribuisce a sviluppare un'adeguata consapevolezza del rapporto tra le dimensioni teoriche e pratiche della comunicazione. La redazione dell'elaborato finale permette di verificare ulteriormente la maturazione critica e scientifica raggiunta.

Abilità comunicative

Il laureato/la laureata ha sicura padronanza della lingua italiana scritta e orale e di una lingua straniera a livello avanzato. Durante il percorso formativo sviluppa le capacità comunicative necessarie per condividere il proprio pensiero e modulare i propri registri linguistici e relazionali sulla base di contesti e destinatari.

Modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati vengono conseguiti

L'attività didattica curriculare e integrativa e le attività seminariali hanno l'obiettivo di sviluppare le abilità comunicative. In particolare, le esercitazioni e i momenti seminariali prevedono presentazioni individuali di relazioni e/o prodotti in cui è possibile sviluppare le proprie abilità e verificarne il progressivo apprendimento. Specifiche attività didattiche in lingua inglese, il contributo di visiting professor, i programmi di scambi internazionali, le esperienze di stage e tirocinio all'estero concorrono a sviluppare la capacità di comunicare in una lingua inglese.

Strumenti didattici con cui sono verificati

Il conseguimento delle abilità indicate è verificato con le prove d'esame, le esercitazioni e i momenti seminariali e la continua interazione critica con i docenti, fino alla redazione dell'elaborato finale nel quale si deve dare prova della piena proprietà della lingua utilizzata oltre che della padronanza degli argomenti trattati.

Capacità di apprendimento

Il laureato/la laureata ha la capacità di dare una chiara organizzazione concettuale al sapere acquisito, ed è consapevole dei contorni delle proprie competenze e del più vasto quadro di riferimento in cui esse sono state inserite durante il percorso formativo. Ha quindi la capacità di percepire le necessità di allargamento delle proprie conoscenze e ha a disposizione la strumentazione metodologica per accrescere in itinere le proprie competenze nel confronto con il contesto lavorativo e nell'evoluzione delle professioni della comunicazione.

Modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati vengono conseguiti. Allo sviluppo della capacità di apprendimento concorrono le attività curricolari del CdS e integrative. Particolare rilievo hanno le attività seminariali connesse ai singoli corsi e le esperienze di tirocinio svolto presso istituzioni e aziende accreditate dall'Ateneo. In queste esperienze il confronto gli ambienti lavorativi sollecita ad apprendere ulteriori conoscenze in risposta a specifiche esigenze del contesto professionale o a iniziative personali e autonome di ricerca, funzionali ad accrescere le

qualificazioni in funzione di obiettivi professionali, scientifici e culturali indipendenti.
La capacità di apprendere è verificata nelle prove desame e nella redazione dell'elaborato finale in cui si deve dare prova di autonomia di ricerca.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

23/01/2021

La prova finale per il conseguimento della laurea magistrale consiste nella predisposizione e nella discussione di una tesi scritta, elaborata in modo originale su un argomento coerente con gli obiettivi del corso di studio, sotto la guida di un relatore. Nella prova finale si deve dimostrare capacità critica, padronanza degli argomenti trattati, conoscenza della ricerca scientifica sull'argomento, proprietà dei mezzi espressivi della lingua utilizzata, e attitudine a operare in modo autonomo.

La prova finale può essere collegata a un progetto o a una attività di tirocinio.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

13/04/2021

La tesi di laurea consiste nell'elaborazione di un testo scritto o di una produzione multimediale, elaborata in modo originale dallo studente/dalla studentessa sotto la guida di un docente. L'elaborato viene discusso in seduta pubblica.

La tesi deve trattare un argomento proposto dallo studente/dalla studentessa e concordato con il docente relatore e deve essere attinente a uno degli insegnamenti inclusi nel piano didattico generale e di cui lo studente/la studentessa abbia superato l'esame.

La tesi può 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 dallo studente/dalla studentessa e con l'assenso del relatore, la tesi può essere redatta in una lingua diversa dall'italiano.

Il lavoro deve essere pienamente coerente con le finalità del Corso di studio e proporzionato al numero di crediti attribuiti alla prova (12 cfu). Nel lavoro lo studente/la studentessa 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 cui è riconducibile l'argomento scelto per la tesi,

Se l'esame nel settore scientifico-disciplinare a cui va ricondotta la tesi non è ancora stato superato, la domanda è ammissibile solo se il relatore acconsente alla scelta dell'argomento da parte del candidato/a prima che abbia sostenuto l'esame.

A) Compiti del candidato

Lo studente/la studentessa 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.

La domanda deve essere consegnata al Presidente del Corso di studio che riconsegna una copia firmata e ne trattiene 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 ed eventualmente al correlatore almeno dieci giorni prima della data fissata nel Calendario didattico per la discussione.

Leventuale rinuncia deve essere comunicata tempestivamente dal laureando/laureanda al Servizio studenti.

B) Referenti della tesi di laurea

Il relatore della tesi di laurea deve essere un docente 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.

Se il relatore cessa 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/la studentessa l'argomento e il titolo della tesi di laurea, di seguirne la preparazione e la elaborazione.

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 limita a fornire le sue osservazioni sulla tesi e non partecipa alla formulazione del voto.

C) Lesame di laurea

La presentazione dell'elaborato di laurea da parte del candidato/della candidata è preceduta o seguita dalla relazione del relatore e dalle osservazioni dell'eventuale correlatore e viene esaminata e discussa dalla Commissione in forma plenaria.

La Commissione formula, riservatamente, la valutazione finale, espressa mediante la votazione in centodecimi.

In seduta pubblica, il Presidente della Commissione proclama laureato il candidato dopo avere attribuito il voto e conferito il titolo di studio.

D) La Commissione dellesame 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 e 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 far parte della Commissione i cultori della materia, di cui all'art. 13 comma 1, che svolgono il ruolo di correlatore e 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 di laurea 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 sovrannumerari 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 allesame di laurea.

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, può 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. Leventuale lode viene proposta, in seduta privata, dal correlatore o, in mancanza del correlatore, dalla Commissione dell'esame di laurea.

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	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ SEMIOTICA A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl	36	24	24 - 42
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea ↳ LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	↳ TEORIE E TECNICHE DELLA PROGETTAZIONE WEB (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	INF/01 Informatica ↳ INFORMATICA E PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	↳ INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU - obbl			
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl	54	30	18 - 36
	↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			

	<p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>CINEMA E ARTI VISIVE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURA VISUALE (2 anno) - 12 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>VIDEONARRAZIONI (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>			
<p>Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali</p>	<p>SECS-P/06 Economia applicata</p> <hr/> <p>↳ <i>ECONOMIA DEI MEDIA 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico</p> <hr/> <p>↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	12	12	12 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			66	54 - 102

Attività formative affini o integrative		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		18	12 - 24
A11	<p>SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro</p> <hr/> <p>↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/>	6 - 6	0 - 24
	<p>M-STO/04 - Storia contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DEL GIORNALISMO 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/>		
A12	<p>L-LIN/10 - Letteratura inglese</p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURAL THEORY (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	12 - 18	0 - 18
	<p>L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese</p> <hr/> <p>↳ <i>LINGUA INGLESE (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/>		
			12 -

Totale attività Affini	18	24
-------------------------------	----	----

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	12	12 - 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	0 - 0
Totale Altre Attività		36	36 - 42

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
CFU totali inseriti nel curriculum EDITORIA E COMUNICAZIONE VISIVA E DIGITALE:	120 102 - 168

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

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2 (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE 2B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	<i>LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale -</i>	54	30	24 - 42

linguaggi	<ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>obbl</i> <hr/> ↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> <p>INF/01 Informatica</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU - obbl</i> <hr/> 			
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	<p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>COMUNICAZIONE D'IMPRESA (2 anno) - 6 CFU</i> <hr/> 	36	24	18 - 36
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	<p>SPS/07 Sociologia generale</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> ↳ <i>RICERCA SOCIALE E CONTESTI ORGANIZZATIVI (2 anno) - 6 CFU</i> <hr/> <p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ <i>MARKETING E E-COMMERCE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> <hr/> 	18	18	12 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	54 - 102

Attività formative affini o integrative	CFU	CFU Rad
		12 -

intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		12	24
A11	IUS/02 - Diritto privato comparato ↳ <i>DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	6 - 12	0 - 24
	SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro ↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i>		
A12	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>LINGUA INGLESE (2 anno) - 6 CFU</i>	6 - 6	0 - 18
Totale attività Affini		12	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale		12	12 - 12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	12	12 - 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	0 - 0
Totale Altre Attività		36	36 - 42

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

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

120 102 - 168

Curriculum: INFORMAZIONE E GIORNALISMO

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ SEMIOTICA A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ SEMIOTICA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl			
	↳ SEMIOTICA B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl	54	30	24 - 42
↳ LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - annuale - obbl				
↳ PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
INF/01 Informatica				
↳ INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU - obbl				
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl			
	↳ INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE B (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl	30	18	18 - 36
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
↳ VIDEONARRAZIONI (2 anno) - 6 CFU - obbl				
Discipline storico-sociali,	SPS/07 Sociologia generale			
	↳ TEORIA SOCIALE (2 anno) - 6 CFU - obbl			
	SPS/04 Scienza politica			
↳ COMUNICAZIONE POLITICA 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			12 -	

giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	M-STO/04 Storia contemporanea	24	24	24
	↳ <i>STORIA DEL GIORNALISMO 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	54 - 102

Attività formative affini o integrative		CFU	CFU Rad
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		12	12 - 24
A11	SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6 - 12	0 - 24
	↳ <i>INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>		
	↳ <i>INFORMAZIONE, MEDIA E RETI DISCORSIVE A (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>		
	↳ <i>SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (2 anno) - 6 CFU</i>		
	SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro		
	↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i>		
A12	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese	0 - 6	0 - 18
	↳ <i>LINGUA INGLESE (2 anno) - 6 CFU</i>		
Totale attività Affini		12	12 - 24

Altre attività	CFU	CFU Rad
A scelta dello studente	12	12 - 12
Per la prova finale	12	12 - 12

Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	0 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	12	12 - 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	0 - 0
Totale Altre Attività		36	36 - 42

CFU totali per il conseguimento del titolo

120

CFU totali inseriti nel curriculum *INFORMAZIONE E GIORNALISMO*:

120

102 - 168

**Corso di Laurea Magistrale in COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA**
Classe delle Lauree LM-19
Curriculum INFORMAZIONE E GIORNALISMO<https://is-cie.unibg.it/>NOME:
COGNOME:
MATRICOLA:**PIANO DI STUDI A.A. 2021-2022**
per gli studenti immatricolati nell'a.a. 2021-2022 (coorte 2021)**1° ANNO****ESAMI OBBLIGATORI**

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93187	L-LIN/01	Linguistica pragmatica	12	I	C1
		Pragmatica dell'interazione		II	
93177	M-FIL/05	Semiotica A	12	I 1° sott.	C1
		Semiotica B		II 2° sott.	
93196-MOD1	SPS/08	MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A	6	I 1° sott.	C2
93186	SPS/08	Informazione, media e reti discorsive A	12	II 3° sott.	A11
		Informazione, media e reti discorsive B		II 4° sott.	C2
93194	SPS/04	COMUNICAZIONE POLITICA 2	6	II 4° sott.	C3
93200	M-STO/04	STORIA DEL GIORNALISMO 2	6	I 2° sott.	C3
TOTALE PRIMO ANNO				54	

2° ANNO**ESAMI OBBLIGATORI**

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93173-MOD 1	INF/01	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE	6	\	C1
93171-MOD 1	L-ART/06	VIDEONARRAZIONI	6	\	C2
93163	IUS/09	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	6	\	C3
93198	SPS/07	TEORIA SOCIALE	6	\	C3
93140	\	TIROCINIO	12	\	ALTRE
93155	\	PROVA FINALE	12	\	ALTRE

6 CFU a scelta tra:

93174	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	6	\	A12
93178	SPS/09	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	6	\	A11
93197	SPS/08	SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING	6	\	A11

Scelta libera dello studente*12
TOTALE SECONDO ANNO 66**TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO 120*****SCELTE LIBERE**Moduli a scelta libera dello studente. L'elenco completo è pubblicato alla pagina <https://is-cie.unibg.it/il-corso/piano-di-studio>



Corso di Laurea Magistrale in COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA
Classe delle Lauree LM-19
Curriculum COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE, GLI ENTI E LE POLITICHE PUBBLICHE

<https://ls-cie.unibg.it/it>

NOME:
COGNOME:
MATRICOLA:

PIANO DI STUDI A.A. 2021-2022
per gli studenti immatricolati nell'a.a. 2021-2022 (coorte 2021)

1° ANNO

ESAMI OBBLIGATORI

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93187	L-LIN/01	LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE	12	I	C1
		Pragmatica dell'interazione		II	
93196	SPS/08	MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A	12	I 1° sott.	C2
		MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B		I 2° sott.	
93197	SPS/08	SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING	6	II	C2
93147-MOD2	SECS-P/08	MARKETING e E-COMMERCE	6	I	C3
93199	SPS/09	Sociologia dell'organizzazione 2 A	12	I 1° sott.	C1
		Sociologia dell'organizzazione 2 B		I 2° sott.	
93183	SPS/07	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI	6	II 4° sott.	C3
TOTALE PRIMO ANNO				54	

2° ANNO

ESAMI OBBLIGATORI

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93173-MOD1	INF/01	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM	6	\	C1
93168	IUS/09	DIRITTO EUROPEO DELLA COMUNICAZIONE	6	\	A11
93201	SPS/08	COMUNICAZIONE D'IMPRESA	6	\	C2
93202	SPS/07	RICERCA SOCIALE E CONTESTI ORGANIZZATIVI	6	\	C3
93140	\	TIROCINIO	12	\	ALTRE
93155	\	PROVA FINALE	12	\	ALTRE

6 CFU a scelta tra:

93174	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	6	\	A12
93178	SPS/09	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	6	\	A11

Scelta libera dello studente*	12	
TOTALE SECONDO ANNO	66	

TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO 120

***SCELTE LIBERE**

Moduli a scelta libera dello studente. L'elenco completo è pubblicato alla pagina <https://ls-cie.unibg.it/it/il-corso/piano-di-studio>

**Corso di Laurea Magistrale in COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA**
Classe delle Lauree LM-19
Curriculum EDITORIA E COMUNICAZIONE VISIVA E DIGITALE<https://ls-cie.unibg.it/it>NOME:
COGNOME:
MATRICOLA:**PIANO DI STUDI A.A. 2021-2022**
per gli studenti immatricolati nell'a.a. 2021-2022 (coorte 2021)**1° ANNO****ESAMI OBBLIGATORI**

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93175	L-FIL-LET/11	LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE	6	II 3°sott.	C1
93177-MOD1	M-FIL/05	SEMIOTICA A	6	I 1°sott.	C1
93184	L-LIN/10	CULTURAL THEORY	12	II	A12
93196	SPS/08	MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A	12	I 1°sott.	C2
		MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B		I 2°sott.	
93197	SPS/08	SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING	6	II	C2
93195	SECS-P/06	ECONOMIA DEI MEDIA 2	6	I 1°sott.	C3

6 CFU a scelta tra:

93174	L-LIN/12	LINGUA INGLESE	6	II 4°sott.	A12
93178	SPS/09	SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE	6	II 3°sott.	A11
93200	M-STO/04	STORIA DEL GIORNALISMO 2	6	I 2°sott.	A11

TOTALE PRIMO ANNO 54**2° ANNO****ESAMI OBBLIGATORI**

Codice	SSD	Denominazione insegnamento	CFU	semestre	TAF
93173	INF/01	INFORMATICA E PROGETTAZIONE	12	\	C1
	ING-INF/05	MULTIMEDIALE		\	
93171	L-ART/06	CULTURA VISUALE	12	\	C2
		Videonarrazioni Cinema e arti visive		\	
93163	IUS/09	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE	6	\	C3
93140	\	TIROCINIO	12	\	ALTRE
93155	\	PROVA FINALE	12	\	ALTRE

Scelta libera dello studente*

12

TOTALE SECONDO ANNO 66**TOTALE CFU PER IL CONSEGUIMENTO DEL TITOLO 120*****SCELTE LIBERE**Moduli a scelta libera dello studente. L'elenco completo è pubblicato alla pagina <https://ls-cie.unibg.it/it/il-corso/piano-di-studio>