



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di BERGAMO
Nome del corso in italiano	Comunicazione, informazione, editoria (<i>IdSua:1602859</i>)
Nome del corso in inglese	Communication, information, publishing
Classe	LM-19 - Informazione e sistemi editoriali
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	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	D'ALOIA Adriano
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di corso di studio
Struttura didattica di riferimento	Lettere, Filosofia, Comunicazione (Dipartimento Legge 240)

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CARUSO	Loris		PA	1	
2.	CERIANI	Giulia		PA	1	
3.	GIORGI	Alberta		PA	1	
4.	HOSSEINZADEH	Mohammad Mehdi		RD	1	

5.	MOLINELLI	Piera	PO	1
6.	PASQUALI	Francesca	PO	1

Rappresentanti Studenti	Rappresentanti degli studenti non indicati
Gruppo di gestione AQ	ADRIANO D'ALOIA FRANCESCA PASQUALI MICOL PIZZOLATI
Tutor	Valentina PISANTY Micol PIZZOLATI Federico MAZZEI Domenico Claudio PERROTTA Maria Francesca MURRU Alberta GIORGI Arianna Rubi MAINARDI



Il Corso di Studio in breve

20/05/2024

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

Il Corso si articola in tre curricula:

- il curriculum 'Comunicazione per le imprese' pone specifica attenzione ai cambiamenti sociali e organizzativi in atto nelle imprese;
- il curriculum 'Editoria e comunicazione per le industrie creative' 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 comunicazione pubblica' è dedicato all'innovazione nell'ambito delle tecnologie e dei linguaggi di produzione/fruizione dell'informazione e della comunicazione nella sfera pubblica in uno scenario sociale che vede rilevanti processi di trasformazione delle forme della mediazione e dei modi di raccontare la realtà sociale, le istituzioni e la politica.

Il Corso adotta una metodologia didattica che integra lezioni, esercitazioni e tirocini, anche all'estero, grazie a una rete di contatti con aziende, enti, istituzioni e partnership di tirocinio selezionate e qualificanti. Sono inoltre previste numerose attività seminariali e laboratoriali con l'intervento di professionisti del settore.

Il Corso offre una fitta rete di scambi Erasmus+ e con università extra-europee, con programmi di studio finalizzati all'approfondimento di competenze comunicative internazionali e interculturali. Il Corso inoltre ha stipulato un accordo di Doppio titolo con la Fairleigh Dickinson University (USA).

Il Corso 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 e 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 pubblicistiche. 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 pubblicistico-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)

20/05/2024

In assenza di modifiche ordinamentali e di particolari criticità emerse dalle attività di monitoraggio e riesame annuali, il Corso ha basato la propria attività di revisione e programmazione dell'offerta didattica 2024/25 nel solco delle indicazioni raccolte nella precedente consultazione, integrate dalla analisi di fonti documentali quali: dati AlmaLaurea, indagini Isfol, indagini ISTAT, relazioni annuali di Agcom e del Censis oltre alla IV edizione del volume 'Il libro bianco delle professioni della comunicazione' (Franco Angeli 2023).

Il 21/5/2024 il Corso ha nominato un nuovo Comitato d'indirizzo, costituito da rappresentanti di diversi settori della comunicazione (informazione, editoria, impresa, terzo settore), oltre che dal Presidente e dal referente del Corso per i tirocini e dal Gruppo di gestione AQ. Il Comitato ha avviato la consultazione delle parti interessate per una riflessione volta all'analisi dell'attuale offerta didattica, alla definizione dei profili professionali, al consolidamento del rapporto con il territorio

e con gli stakeholder

L'ultima seduta del Comitato d'indirizzo (31/8/2020, verbale in allegato) aveva portato all'acquisizione delle seguenti consapevolezze: 1) strategicità di una formazione incentrata su 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 per acquisizione di competenze pratiche, e come modo di trasmissione di soft skills.

Link: <http://>

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

funzione in un contesto di lavoro:

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.

competenze associate alla funzione:

Le competenze di elaborazione di testi e contenuti sono supportate da:

- 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

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.

Il laureato/la laureata ha autonomia di giudizio, senso critico, capacità di lavorare in gruppo e attitudine al problem solving e all'autoimprenditorialità.

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. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
2. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
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 cfu 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

17/05/2024

Per l'ammissione alla laurea magistrale è richiesto il possesso dei requisiti curriculari e la verifica positiva della preparazione personale. Il mancato possesso dei requisiti curriculari preclude l'ammissione alla fase di verifica della preparazione personale. Per integrare requisiti mancanti è possibile iscriversi ai corsi singoli, in vista dell'iscrizione nell'anno accademico successivo.

La verifica della preparazione personale è obbligatoria, ed è successiva e mai sostitutiva della verifica dei requisiti curriculari. Lo/la studente in possesso dei requisiti curriculari richiesti è ammesso al colloquio individuale che verte sulla carriera pregressa ed è finalizzato alla verifica di adeguatezza della personale preparazione e in generale all'accertamento del possesso delle conoscenze richieste per l'accesso al CdS magistrale.

La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione è assolta attraverso un colloquio individuale.

Gli/le studenti che ricadono nei seguenti casi sono esonerati dal colloquio ed è considerata assolta la verifica della adeguatezza della preparazione:

a) studenti in possesso di una laurea triennale nella classe L-20 conseguita in un ateneo italiano con voto di laurea pari o superiore a 95/110;

b) studenti iscritti/e alla Laurea triennale nella classe L-20 e con una media ponderata degli esami fino ad allora sostenuti uguale o maggiore a 26/30 e in attesa di conseguire il titolo di studio nella laurea triennale alla data di scadenza per la preiscrizione.

In tutti gli altri casi, l'ammissione è subordinata al superamento di un colloquio individuale.

Il colloquio verte su temi relativi alle scienze della comunicazione e verificherà la preparazione personale dei singoli in merito all'acquisizione delle conoscenze nell'ambito delle discipline riferibili al corso di studi attraverso l'esposizione del percorso da loro svolto e/o dal loro elaborato della prova finale.

Il colloquio individuale ha anche l'obiettivo di accertare la competenza linguistica in inglese di livello B2. È previsto l'esonero dalla verifica della competenza linguistica qualora gli/le studenti presentino adeguata certificazione linguistica o attestino presso la segreteria studenti con adeguata documentazione il sostenimento di un esame di livello B2 nella carriera precedente.

Gli/le studenti iscritti/e o laureati/e in una L-20 con voto di laurea pari o superiore a 95/110 che non possono attestare la competenza linguistica secondo le modalità sopra indicate dovranno sostenere il colloquio per il solo accertamento linguistico.

Per la verifica delle certificazioni linguistiche accettate si veda la pagina

<https://www.unibg.it/studiare/frequentare/apprendimento-linguistico/riconoscimento-certificazioni-linguistiche>.

Per i/le candidati/e internazionali richiedenti visto e per tutti/e i/le candidati/e in possesso di titolo accademico estero che accedono alla procedura di prevalutazione online, il colloquio svolto nell'ambito della prevalutazione della carriera pregressa ai fini dell'iscrizione a corsi di laurea magistrale sostituisce la verifica della preparazione iniziale valida per la generalità degli/le studenti. Il colloquio di prevalutazione verte su tematiche connesse alle scienze della comunicazione.

Il calendario dei colloqui di ammissione è pubblicato alla pagina <https://ls-cie.unibg.it/it/come-fare/iscriversi>.

Link: <https://www.unibg.it/studiare/frequentare/certificazioni-linguistiche-e-informatiche> (Pagina sito di Ateneo riconoscimento certificazioni linguistiche)



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 d'azienda pubblica e privata, dell'editoria e del giornalismo.

Nella sua articolazione fra i diversi curricula il corso fornisce specifica preparazione nell'ambito: 1) della comunicazione d'impresa, 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) dell'informazione con specifica attenzione all'innovazione 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 dell'elevato 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 l'attività 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 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.

Area delle dinamiche dell'interazione linguistica

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Dinamiche dell'interazione linguistica" forniscono al laureato in Comunicazione, informazione, editoria:

- approfondite conoscenze linguistiche e della dimensione semiotica e narratologica dei discorsi sociali e comunicativi;
- 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;
- competenze sull'evoluzione digitale dei linguaggi dell'informatica e della comunicazione, anche in riferimento all'interazione uomo-macchina e all'intelligenza artificiale.

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.

Il tirocinio e le attività laboratoriali concorrono in modo decisivo all'applicazione delle conoscenze relative a quest'area.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

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

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

LINGUISTICA PRAGMATICA [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 [url](#)

Area Socio-culturale

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Socio-culturale" forniscono al laureato in Comunicazione, informazione, editoria:

- 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.

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.

Il tirocinio e le attività laboratoriali offrono un'ulteriore possibilità di applicazione delle conoscenze relative a quest'area.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE D'IMPRESA [url](#)

COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA (*modulo di DISCORSO PUBBLICO E COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA*) [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE [url](#)

CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (*modulo di INDUSTRIE CREATIVE E MERCATI EDITORIALI*) [url](#)

DISCORSO PUBBLICO (*modulo di DISCORSO PUBBLICO E COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA*) [url](#)

DISCORSO PUBBLICO E COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA [url](#)

INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

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

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

RICERCA SOCIALE E CONTESTI ORGANIZZATIVI [url](#)

SERIALITY AND TRANSMEDIA STUDIES [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO [url](#)

STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO [url](#)

TEORIA SOCIALE [url](#)

TEORIA SOCIALE [url](#)

TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

TIROCINIO [url](#)

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali" fornisce al laureato in Comunicazione, informazione, editoria competenze critico-analitiche relative:

- alle culture di rete e digitali e ai processi di innovazione in atto nel campo delle comunicazioni e dei linguaggi visivi;
- alle dimensioni sociali e comunicative dei social media e dall'ecosistema digitale.

A partire da questo quadro comune:

- il curriculum Comunicazione per le imprese approfondisce i temi dedicati alla comunicazione d'azienda;
- il curriculum Editoria e comunicazione per le industrie creative approfondisce ai linguaggi visuali intermediali; la produzione, distribuzione e consumi di contenuti crossmediali nell'ambito dell'informazione, dell'intrattenimento, della cultura;
- il curriculum Informazione e comunicazione pubblica approfondisce i temi del newsmaking e della comunicazione comunicazione politica pubblica e istituzionale.

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.

Il tirocinio e le attività laboratoriali offrono un'ulteriore possibilità di applicazione delle conoscenze relative a quest'area.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE D'IMPRESA [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

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

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

SERIALITY AND TRANSMEDIA STUDIES [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)

TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

Area Economico-giuridica

Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Economico-giuridica" forniscono al laureato in Comunicazione, informazione, editoria:

- 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 delle comunicazioni, nell'ambito della distribuzione, della promozione e della produzione;
- tenere conto della dimensione giuridica dell'informazione, della comunicazione 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 pubblica e di impresa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (*modulo di INDUSTRIE CREATIVE E MERCATI EDITORIALI*) [url](#)

DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA [url](#)

DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA [url](#)

DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA [url](#)

ECONOMIA DEI MEDIA 2 [url](#)

ECONOMIA DEI MEDIA 2 [url](#)

EDITORIA AUDIOVISIVA (*modulo di INDUSTRIE CREATIVE E MERCATI EDITORIALI*) [url](#)

INDUSTRIE CREATIVE E MERCATI EDITORIALI [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

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 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 d'esame e nella redazione dell'elaborato finale in cui si deve dare prova di autonomia di ricerca.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

19/05/2022

L'ordinamento prevede per le attività formative affini e integrative da un minimo di 12 CFU ad un massimo di 24 CFU. Nelle attività affini e integrative rientrano quelle attività didattiche atte a fornire elementi di approfondimento nel corso di studi, di differenziazione dei diversi curricula e di definizione delle competenze utili ai profili professionali previsti. Le attività affini e integrative consentono di approfondire gli aspetti legati all'innovazione tecnologica e di linguaggio della comunicazione, a comprendere i contesti organizzativi, economici e normativi in cui si colloca la comunicazione, ad acquisire strumenti metodologici di analisi dei testi e dei pubblici. Comprendono inoltre attività intese a contestualizzare i processi comunicativi in più ampi processi storici e ambiti culturali. In particolare le attività formative affini e integrative comprendono insegnamenti pertinenti fra l'altro alle seguenti aree disciplinari: 01 (Scienze matematiche e informatiche), 10 (Scienze dell'antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche), 11 (Scienze storiche, filosofiche, pedagogiche e psicologiche), 12 (Scienze giuridiche), area 13 (Scienze economiche e statistiche) e 14 (Scienze politiche e sociali)."



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

20/05/2024

La tesi di laurea consiste in un testo scritto elaborato in modo originale sotto la guida di un docente. L'elaborato viene discusso in seduta pubblica.

La tesi deve trattare un argomento concordato con il docente relatore e deve essere attinente a uno dei settori disciplinari (SSD) inclusi nel piano di studi dello studente.

La tesi può assumere anche la forma di prodotto multimediale, ovvero un artefatto digitale (es. video, sito web, podcast) supportato da una relazione scritta (di 50-80 pagine da 2.000 caratteri l'una, comprensiva di riferimenti bibliografici e multimediali) che ne costituisce parte integrante e che evidenzia in modo approfondito il percorso teorico-metodologico compiuto dallo studente e le scelte operative ed espressive adottate, oltre a descriverne nel dettaglio le fasi di realizzazione. Le modalità di svolgimento, consegna e valutazione del prodotto multimediale sono le medesime del testo scritto.

La tesi può consistere anche in un approfondimento analitico e teorico di un'esperienza di tirocinio che proponga uno studio documentato e approfondito del tema prescelto.

Previo assenso del relatore, la tesi può essere redatta in una lingua diversa dall'italiano.

La tesi deve essere pienamente coerente con le finalità del Corso di studio e proporzionato al numero di crediti attribuiti alla prova (12 cfu). Il lavoro 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.

A) Compiti del candidato

Le modalità e le tempistiche di assegnazione del titolo provvisorio e del docente relatore e quelle di presentazione della domanda di ammissione all'esame di laurea con la relativa documentazione sono pubblicate alla pagina <https://www.unibg.it/didattica/corsi-di-laurea/lettere-filosofia-comunicazione/prove-finali-e-tesi-di-laurea>. L'eventuale rinuncia deve essere comunicata tempestivamente 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 assegnati dal Dipartimento. Nel caso in cui l'argomento della tesi riguardi il contenuto di un tirocinio il relatore deve essere il docente di riferimento dello stesso.

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 gli 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 può assistere il relatore nella fase di preparazione e elaborazione del lavoro di tesi. 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) L'esame di laurea

La discussione dell'elaborato di laurea 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 centodecimali. 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 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 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 di membri della Commissione devono essere comunicate tempestivamente dagli interessati al Dipartimento, al Servizio studenti e al 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 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 all'atto della presentazione della domanda di ammissione all'esame 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. 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. L'eventuale 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'.

Su richiesta degli interessati, l'Ateneo provvede al rilascio di un certificato (diploma supplementi) che riporta le principali indicazioni relative al curriculum specifico seguito da ogni studente per conseguire il titolo, anche in lingua inglese e secondo modelli conformi a quelli adottati dai Paesi europei.

Link: https://www.unibg.it/sites/default/files/didattica/disciplina_prove_finali_tesi_di_laurea_tutti_cds_2015-16_0.pdf (Disciplina delle prove finali del dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione)

**Curriculum: COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	INF/01 Informatica			
	↳ INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl			
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl	44	32	24 - 42
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ COMUNICAZIONE D'IMPRESA (2 anno) - 6 CFU - obbl			
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	↳ SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	44	26	18 - 36
	↳ CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (2 anno) - 8 CFU - obbl			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ SOCIOLOGIA DEI CONSUMI (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
	↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
	MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12			

	 <i>CFU - semestrale - obbl</i>			
	 <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i>			
	 <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	SECS-P/06 Economia applicata  <i>ECONOMIA DEI MEDIA 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> SPS/07 Sociologia generale  <i>RICERCA SOCIALE E CONTESTI ORGANIZZATIVI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	14	14	12 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	54 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica  <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU</i>	30	12	12 - 24 min 12
	IUS/01 Diritto privato  <i>DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese  <i>ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION (2 anno) - 6 CFU</i>			
	SPS/07 Sociologia generale  <i>TEORIA SOCIALE (2 anno) - 6 CFU</i>			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro  <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (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 **COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA:**

120

102 - 168

Curriculum: EDITORIA E COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	INF/01 Informatica	24	24	24 - 42
	↳ INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
	↳ LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			

	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ SEMIOTICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione ↳ CULTURA VISUALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl ↳ MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl ↳ TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl ↳ INDUSTRIE CREATIVE E MERCATI EDITORIALI (2 anno) - 12 CFU - obbl ↳ CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (2 anno) - 8 CFU - obbl ↳ EDITORIA AUDIOVISIVA (2 anno) - 4 CFU - obbl SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl ↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl ↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl	72	36	18 - 36
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	IUS/01 Diritto privato ↳ DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA (2 anno) - 6 CFU M-STO/04 Storia contemporanea ↳ STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl SECS-P/06 Economia applicata ↳ ECONOMIA DEI MEDIA 2 (2 anno) - 6 CFU	18	12	12 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti		72	54 - 102	

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica	36	12	12 - 24 min 12
	↳ INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE (2 anno) - 6 CFU			
	L-LIN/10 Letteratura inglese			
	↳ SERIALITY AND TRANSMEDIA STUDIES (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION (2 anno) - 6 CFU			
SPS/07 Sociologia generale	36	12	12 - 24 min 12	
↳ TEORIA SOCIALE (2 anno) - 6 CFU				
SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	36	12	12 - 24 min 12	
↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale				
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 <i>EDITORIA E COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE</i>:	120	102 - 168

Curriculum: INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PUBBLICA

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	INF/01 Informatica	42	30	24 - 42
	↳ <i>INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	↳ <i>COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>	72	24	18 - 36
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ <i>SEMIOTICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	↳ <i>CULTURA VISUALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (1 anno) - 4 CFU - semestrale</i>			
	↳ <i>TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			

	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi  <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale</i>  <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 4 CFU - semestrale</i>  <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 8 CFU - semestrale</i>  <i>DISCORSO PUBBLICO E COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i>  <i>COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>  <i>DISCORSO PUBBLICO (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i> 			
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	IUS/01 Diritto privato  <i>DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i> M-STO/04 Storia contemporanea  <i>STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i> SPS/04 Scienza politica  <i>COMUNICAZIONE POLITICA 2 (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i> 	18	18	12 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			72	54 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	INF/01 Informatica  <i>INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE LM (2 anno) - 6 CFU</i> 	30	12	12 - 24 min 12
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea <i>LINGUAGGI LETTERARI E COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i> 			

↳ L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION (2 anno) - 6 CFU SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (2 anno) - 6 CFU - obbl SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro ↳ SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (2 anno) - 6 CFU			
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 <i>INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PUBBLICA</i>:	120	102 - 168

PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA (LM-19)
CURRICULUM COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2024-25

#	CODICE	Denominazione	SSD	CFU	MODULI	CFU	TAF	Coperture	Sem	SP
---	--------	---------------	-----	-----	--------	-----	-----	-----------	-----	----

I ANNO
ATTIVO DALL'A.A. 2024-25

Obbligatori										
1	93196	Media studies e comunicazione digitale	SPS/08	12	Media studies e comunicazione digitale A	8	C2		II	3
					Media studies e comunicazione digitale B	4				4
2	93187	Linguistica pragmatica e dell'interazione	L-LIN/01	12	Linguistica pragmatica	6	C1		I	1-2
					Pragmatica dell'interazione	6			II	3-4
3	93225	Intelligenza artificiale per la comunicazione	INF/01	6			C1		I	1
4	93208	Sociologia dell' organizzazione	SPS/09	8			C1		I	2
5	93202	Ricerca sociale e contesti organizzativi	SPS/07	8			C3		II	3-4
6	93195	Economia dei media 2	SECS-P/06	6			C3		I	1-2
A scelta										
7	93205-MOD1	Social media e digital storytelling	SPS/08	6			C2		II	3
	93183	Sociologia dei consumi	SPS/08						I	1-2
				Tot. I anno	58					
									Tot. CFU I	26-32
									Tot. CFU II	26-32

II ANNO
ATTIVO DALL'A.A. 2025-26

Obbligatori										
8	93226	Comunicazione d'impresa	M-FIL/05	6			C1			
9	93204	Culture dei dati e industrie audiovisive	L-ART/06	8			C2			
10	93215	Diritto della comunicazione, informazione, editoria	IUS/01	6			AAI			
11	93178	Sociologia della globalizzazione	SPS/09	6			AAI			
	93198	Teoria sociale	SPS/07							
	93224	English and multimedia communication	L-LIN/12							
	93211-MOD1	Informatica per la comunicazione LM	INF/01							
Altre attività										
12		Esame a scelta libera		12						
	93140	Tirocinio		12						
	93155	Prova finale		12						
Tot. II anno				62						

PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA (LM-19)
CURRICULUM EDITORIA E COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2024-25

#	CODICE	Denominazione	SSD	CFU	MODULI	CFU	TAF	Coperture	Sem	SP
---	--------	---------------	-----	-----	--------	-----	-----	-----------	-----	----

I ANNO
ATTIVO DALL'A.A. 2024-25

Obbligatori											
1	93196	Media studies e comunicazione digitale	SPS/08	12	Media studies e comunicazione digitale A	8	C2		II	3	
2	93187-MOD1	Linguistica pragmatica	L-LIN 01	6	Media studies e comunicazione digitale B	4	C1		I	4	
3	93225	Intelligenza artificiale per la comunicazione	INF/01	6			C1		I	1-2	
4	93212	Cultura visuale	L-ART/06	12	Teorie del cinema e della fotografia	8	C2		II	3	
5	93213	Semiotica	M-FIL/05	6	Media audiovisivi e tecnologie immersive	4	C1			4	
6	93175	Linguaggi letterari e comunicazione	L-FIL-LET/11	6			C1		II	3	
A scelta											
7	93205-MOD1	Social media e digital storytelling	SPS/08	6			AAI		I	3	
	17726-ENG	Seriality and transmedia studies	L-LIN/10						II	1	
				Tot. CFU	54					Tot. CFU I	24
										Tot. CFU II	30

PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA (LM-19)
CURRICULUM INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PUBBLICA
VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2024-25

#	CODICE	Denominazione	SSD	CFU	MODULI	CFU	TAF	Coperture	Sem	SP
---	--------	---------------	-----	-----	--------	-----	-----	-----------	-----	----

I ANNO
 ATTIVO DALL'A.A. 2024-25

Obbligatori											
1	93187	Linguistica pragmatica e dell'interazione	L-LIN/01	12	MOD1 Linguistica pragmatica	6	C1		I	1-2	
					MOD2 Pragmatica dell'interazione	6			II	3-4	
2	93221	Discorso pubblico e comunicazione della scienza	SPS/08	12	MOD1 Discorso pubblico	4	C2		I	1	
					93216 Comunicazione della scienza	8				2	
3	93194	Comunicazione politica 2	SPS/04	6			C3		I	1	
4	93225	Intelligenza artificiale per la comunicazione	INF/01	6			C1		I	1	
5	93213	Semiotica	M-FIL/05	6			C1		II	3	
A scelta											
6	93196	Media studies e comunicazione digitale	SPS/08	12	MOD1 Media studies e comunicazione digitale A	8	C2		II	3	
					MOD2 Media studies e comunicazione digitale B	4				4	
	93212	Cultura visuale	L-ART/06			MOD1 Teorie del cinema e della fotografia		8		II	3
						MOD2 Media audiovisivi e tecnologie immersive		4			4
				Tot. CFU	54					Tot. CFU I	30
										Tot. CFU II	24

II ANNO
 ATTIVO DALL'A.A. 2025-26

Obbligatori										
7	93210	Comunicazione pubblica e istituzionale	L-LIN/01	6			C1			
8	93205-MOD1	Social media e digital storytelling	SPS/08	6			AAI			
9	93215	Diritto della comunicazione, informazione, editoria	IUS/01	6			C3			
10	93222	Storia dell'editoria e del giornalismo	M-STO/4	6			C3			
11	93175	Linguaggi letterari e comunicazione	L-FIL-LETT/11	6			AAI			
	93178	Sociologia della globalizzazione	SPS/09							
	93224	English and media communication	L-LIN/12							
	93211-MOD1	Informatica per la comunicazione LM	INF/01							
Altre attività										
12		Esame a scelta libera		12						
	93140	Tirocinio		12						
	93155	Prova finale		12						
				Tot. II anno	66					