



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi di BERGAMO
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione, informazione, editoria ( <i>IdSua:1618960</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	Communication, information, publishing
<b>Classe</b>	LM-19 R - Informazione e sistemi editoriali
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://ls-cie.unibg.it/it">https://ls-cie.unibg.it/it</a>
<b>Tasse</b>	<a href="http://www.unibg.it/tassestudenti">http://www.unibg.it/tassestudenti</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	D'ALOIA Adriano
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di corso di studio
<b>Struttura didattica di riferimento</b>	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

<b>Rappresentanti Studenti</b>	Rappresentanti degli studenti non indicati
<b>Gruppo di gestione AQ</b>	ADRIANO D'ALOIA FRANCESCA PASQUALI MICOL PIZZOLATI
<b>Tutor</b>	Valentina PISANTY Micol PIZZOLATI Domenico Claudio PERROTTA Maria Francesca MURRU Alberta GIORGI Arianna Rubi MAINARDI Adriano D'ALOIA Mohammad Mehdi HOSSEINZADEH Simona Maria Francesca MORI Chiara GHEZZI



## Il Corso di Studio in breve

07/02/2025

Il Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria (classe LM-19 - Informazione e sistemi editoriali) forma figure professionali con una solida preparazione culturale in grado di produrre e gestire, con padronanza metodologica e consapevolezza critica, contenuti e processi per la comunicazione d'azienda e gli enti pubblici, l'editoria e le industrie creative e culturali, l'informazione e il data journalism.

Il Corso si articola in tre curricula:

- il curriculum 'Comunicazione per le imprese e gli enti pubblici' pone specifica attenzione ai processi comunicativi interni ed esterni delle imprese e agli enti pubblici alla luce dei cambiamenti sociali, organizzativi ed economici in atto;
- il curriculum 'Informazione e culture dei dati' è dedicato all'innovazione nell'ambito delle tecnologie e dei linguaggi di produzione e fruizione dell'informazione e della comunicazione nel contesto pubblico e privato in uno scenario che vede rilevanti processi di trasformazione e datificazione delle forme della mediazione e dei modi di raccontare la realtà sociale;
- il curriculum 'Editoria e comunicazione per le industrie creative' è dedicato al mondo editoriale e delle industrie creative e culturali con una focalizzazione sulla creazione, circolazione e consumo di contenuti multimediali in un'ecologia culturale convergente e crossmediale.

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 consistenti attività seminariali e laboratoriali con l'intervento di professionisti del settore.

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 medial, 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)**

07/02/2025

Il Corso è stato istituito nell'a.a. 2010/11 presso la Facoltà di Lingue e successivamente trasferito nel Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione. Nella fase preliminare all'istituzione del Corso, nel 2009 la Facoltà di Lingue aveva 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 Multimediale (LS13-509) nel corso di Laurea Magistrale Comunicazione, informazione, editoria (LM19-270).

I rappresentanti sopra menzionati, dopo avere discusso il progetto di Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria, avevano espresso il loro apprezzamento per l'offerta formativa del nuovo Corso di studi valutando 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 erano 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 era 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 del Corso, nel 2011 il collegio aveva somministrato un questionario e organizzato un incontro con gli studenti iscritti per raccogliere le opinioni in merito alla didattica del corso. Le osservazioni e gli spunti critici emersi avevano portato alla revisione di alcuni aspetti del Corso. Già nell'a.a. 2011/12, il collegio si era impegnato a ripensare la didattica degli insegnamenti esistenti per renderli più interattivi e coinvolgenti nel lavoro di aula. A supporto di questa azione era stato rivisto il piano degli studi per verificare che quanto insegnato nel Corso fosse coerente con le conoscenze e competenze caratterizzanti gli sbocchi professionali indicati nel RAD, secondo le linee indicate nel QRSP Quadro Regionale degli Standard Professionali di Regione Lombardia.



## QUADRO A1.b

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

07/02/2025



Per far fronte adeguatamente alle necessità di aggiornamento dei profili e dell'offerta formativa, il 21/5/2024 è stato costituito un nuovo Comitato d'indirizzo formato da rappresentanti delle imprese e delle istituzioni che operano nei settori della comunicazione d'azienda, dell'editoria cartacea e multimediale, dell'informazione a livello locale, nazionale e internazionale. Il nuovo Comitato si è riunito il 2/10/2024 a valle di una fase preliminare di consultazione indiretta consistita nell'analisi di un'ampia base di fonti documentali di settore (Alma Laurea, ISTAT, AGCOM, CENSIS, Libro bianco sulle professioni della comunicazione) e della raccolta di informazioni sulla coerenza del progetto formativo con il mercato del

lavoro. La riunione ha costituito un nuovo punto di partenza per la verifica e la revisione della struttura e dei contenuti del progetto formativo, evidenziando in particolare la necessità di caratterizzare più nettamente i tre curricula, di rafforzare le attività laboratoriali, di adeguare l'offerta formativa alle più rilevanti ed evidenti trasformazioni socio-tecnologiche in risposta alle esigenze del mercato del lavoro, di consolidare la matrice umanistica e le competenze linguistiche dell'offerta formativa, di irrobustire il legame ed estendere le relazioni con il territorio in particolare attraverso i tirocini, di coltivare le competenze trasversali.

Il Comitato di indirizzo si riunisce periodicamente per la revisione costante dei profili formativi e del progetto culturale del Corso e assicura una proficua interlocuzione con le Parti interessate.

( Verbale consultazione 2.10.2024 )

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

### Esperto di comunicazione nelle aziende pubbliche e private, le industrie creative e culturali, l'editoria, l'informazione, gli enti no-profit

#### funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato/la laureata:

- 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 funzioni 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 mediali e sui pubblici delle industrie culturali e creative

Il laureato/la laureata:

- conosce le tecniche retoriche e di scrittura nei diversi ambiti della comunicazione e sa reperire, gestire ed elaborare informazioni e contenuti;
- sa rilevare e trasformare 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 elevata responsabilità nell'ambito della comunicazione interna ed esterna di aziende ed enti pubblici, in testate e istituzioni operanti nel settore dell'informazione e dell'editoria, nella produzione e gestione dei contenuti nelle industrie culturali e creative. In particolare, i diversi curricula preparano a 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 sociale e di mercato; redazioni e servizi editoriali; redazioni e direzioni di quotidiani, periodici, radio, televisioni.

Tra le figure professionali non previste dalla classificazione ISTAT a cui prepara il Corso 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. 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.

I laureati/le laureate che avranno crediti in numero sufficiente in opportuni gruppi di settori potranno come previsto dalla legislazione vigente partecipare alle prove di ammissione per i percorsi di formazione per l'insegnamento secondario.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
3. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
4. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
5. Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
6. Revisori di testi - (2.5.4.4.2)
7. Direttori artistici - (2.5.5.2.3)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

10/02/2025

Per essere ammessi al Corso occorre essere in possesso di una laurea nelle seguenti classi (o equivalenti nei previgenti ordinamenti), ovvero di un titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo:

Beni culturali (L-1)

Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (L-3)

Disegno industriale (L-4)

Filosofia (L-5)

Lettere (L-10)

Lingue e culture moderne (L-11)  
Mediazione linguistica (L-12)  
Scienze dei servizi giuridici (L-14)  
Scienze del turismo (L-15)  
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 economiche e statistiche (L-33)  
Scienze politiche e delle relazioni internazionali (L-36)  
Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace (L-37)  
Sociologia (L-40)  
Storia (L-42)

L'ammissione al Corso è subordinata altresì al possesso di un'adeguata preparazione personale e al possesso di una competenza di lingua inglese di livello B2 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (CEFR), verificati tramite adeguate prove.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

21/02/2025

Per l'ammissione al Corso è richiesto il possesso dei requisiti curriculari e di un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici fondamentali relativi alla classe del Corso. Il mancato possesso dei requisiti curriculari preclude l'ammissione alla fase di verifica della preparazione personale, che avviene tramite un colloquio individuale. Per l'integrazione dei 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/a al colloquio. Il colloquio verte su temi relativi alle scienze della comunicazione e verifica la preparazione personale dei singoli in merito all'acquisizione delle conoscenze nell'ambito delle discipline riferibili al Corso attraverso l'esposizione del percorso svolto e/o dall'elaborato della prova finale. Il calendario dei colloqui di ammissione è reperibile sul sito web del Corso (<https://ls-cie.unibg.it/it/come-fare/isciversi>).

Sono esonerati dal colloquio di verifica della adeguatezza della preparazione personale:

- a) gli/le 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) gli/le 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 pre-iscrizione.

In tutti gli altri casi, l'ammissione è subordinata al superamento del colloquio.

L'accertamento delle competenze linguistiche di livello B2 avviene mediante un colloquio. Sono esonerati da tale verifica gli studenti che abbiano sostenuto esami di lingua inglese di pari livello o che abbiano acquisito equivalenti certificazioni linguistiche così come previsto dal Centro Competenza Lingue (<https://www.unibg.it/studiare/ti-aiutiamo/apprendimento-linguistico/riconoscimento-certificazioni-linguistiche>). Gli/le studenti esonerati/ dalla verifica dell'adeguatezza della

preparazione personale che non possono attestare la competenza linguistica secondo le modalità sopra indicate dovranno sostenere il colloquio per l'accertamento di tale competenza.

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. Indicazioni sull'immatricolazione degli studenti stranieri sono disponibili sul sito web d'Ateneo (<https://en.unibg.it/study/enrollment/foreign-students-join-us>).

Link: <https://ls-cie.unibg.it/it/il-corso/requisiti-di-accesso> ( Requisiti di accesso al Corso di studi )



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

21/02/2025

Il Corso ha come obiettivo formativo specifico l'offerta di una preparazione approfondita nei settori della comunicazione d'impresa e pubblica, dell'editoria e dell'informazione.

Nella sua articolazione in diversi curricula, il corso fornisce specifica preparazione nell'ambito: 1) della comunicazione d'impresa, pubblica e istituzionale, con attenzione particolare alla produzione di contenuti di informazione interna ed esterna in un contesto multiplatforma; 2) dell'informazione con specifica attenzione all'innovazione tecnologica e alle interazioni fra informazione e società; 3) delle imprese editoriali e delle industrie creative, con particolare riferimento alla dimensione della convergenza mediale e della digitalizzazione;

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 dell'informazione e della comunicazione' fornisce conoscenze sui diversi mezzi, sulle tecnologie medial 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 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 è considerato 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.

La distribuzione dei CFU nei diversi ambiti delle discipline caratterizzanti e le soglie minima e massima per ambito sono strutturate in modo da garantire in primo luogo una progressione della specializzazione formativa nei singoli curricula, a



partire dalla base delle discipline metodologiche e dei linguaggi utili all'apprendimento di capacità di progettazione ed elaborazione di linguaggi e contenuti editoriali, per arrivare alle discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione che forniscono conoscenze e competenze nell'ambito della comunicazione e delle tecnologie digitali, fino alle discipline storico-sociali, giuridico economiche e politologiche volte a fornire una formazione interdisciplinare per l'organizzazione e la gestione di sistemi e processi editoriali. In secondo luogo la distribuzione delle attività caratterizzanti è volta a garantire un'adeguata distinzione tra i diversi curricula.

Nelle Altre attività il Corso prevede un tirocinio formativo obbligatorio da svolgersi presso enti o istituti di ricerca, università, laboratori, aziende o amministrazioni pubbliche, in Italia o all'estero. Il tirocinio è finalizzato all'approfondimento di tematiche oggetto del percorso formativo e all'acquisizione di specifiche competenze utili all'inserimento nel mondo del lavoro. 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.

Obiettivo trasversale alle aree di apprendimento e all'esperienza di tirocinio è la maturazione di competenze relative all'organizzazione e alla gestione dell'attività lavorativa con autonomia, consapevolezza metodologica e padronanza nell'uso delle tecnologie; della capacità di comunicare efficacemente in forma multimediale i progetti e i prodotti elaborati; della capacità di inserirsi e adattarsi a contesti professionali mutevoli; nella capacità di valutare le implicazioni etiche e sociali dell'attività professionale.

Il Corso prevede inoltre attività di laboratorio che consentono di applicare le conoscenze disciplinari, linguistiche informatiche e dei linguaggi e metodi di comunicazione digitali, nonché volte allo sviluppo di abilità e competenze specialistiche, con particolare attenzione a quelle che rispecchiano le esigenze del mondo del lavoro.

▶ **QUADRO**  
A4.b.1  
RAD

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

<p><b>Conoscenza e capacità di comprensione</b></p>	<p>Il laureato/la laureata:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- possiede approfondite conoscenze sui linguaggi della comunicazione e la capacità di comprendere i processi comunicativi nei diversi contesti sociali e culturali in cui si svolgono;</li> <li>- è consapevole delle trasformazioni sociali, culturali, economiche e tecnologiche 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 a livello nazionale e internazionale, e il cambiamento delle pratiche e dei modelli di consumo culturale;</li> <li>- è consapevole delle principali questioni giuridiche che riguardano la proprietà intellettuale e il diritto nell'ambito della comunicazione e delle trasformazioni tecnologiche che la attraversano.</li> </ul> <p>Il laureato/la laureata inoltre:</p>	
---	--	--

- conosce l'ambito della comunicazione di impresa, anche come fenomeno linguistico, socio-culturale, economico e organizzativo;
- 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 il campo dell'informazione nelle sue relazioni con i processi di innovazione tecnologica e di trasformazione sociale, compresi gli aspetti di carattere giuridico ed etico.

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 è in grado di:

- 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, compresa l'intelligenza artificiale.

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.

Gli obiettivi formativi sono raggiunti attraverso una didattica articolata e partecipata che prevede, oltre all'attività frontale di aula, attività laboratoriali e la realizzazione di prodotti di comunicazione.

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:

- 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](#)

ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION [url](#)

ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO - I ANNO [url](#)

LABORATORIO - II ANNO [url](#)

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

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

SCIENZA DEI DATI E USER EXPERIENCE DESIGN [url](#)

SCIENZA DEI DATI E USER EXPERIENCE DESIGN [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

## Area Socio-culturale

### Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Socio-culturale" forniscono:

- 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 COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA*) [url](#)

COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA [url](#)

COMUNICAZIONE POLITICA [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE [url](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

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

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

CULTURE SOCIOTECONOLOGICHE (*modulo di COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA*) [url](#)

FORME E STILI DELLA SCRITTURA GIORNALISTICA [url](#)

LABORATORIO - I ANNO [url](#)

LABORATORIO - II ANNO [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE [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 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](#)

METODI CREATIVI DELLA RICERCA SOCIALE [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 DELL'ORGANIZZAZIONE [url](#)  
SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)  
STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO [url](#)  
STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO [url](#)  
TEORIA SOCIALE [url](#)  
TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (*modulo di CULTURA VISUALE*) [url](#)

## Area dei Linguaggi e dei processi dell'informazione e della comunicazione

### Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti dell'area "Linguaggi e dei processi comunicativi crossmediali" forniscono 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 e gli enti pubblici' approfondisce i temi dedicati alla comunicazione d'azienda interna ed esterna;
- il curriculum 'Informazione e culture dei dati' approfondisce i temi del newsmaking anche attraverso l'uso dei dati e dell'intelligenza artificiale;
- 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.

### 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](#)

CULTURA VISUALE [url](#)

FORME E STILI DELLA SCRITTURA GIORNALISTICA [url](#)

LABORATORIO - I ANNO [url](#)

LABORATORIO - II ANNO [url](#)

LABORATORIO: METODI DI ANALISI DELL'ESPERIENZA MEDIALE [url](#)

MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE [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 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](#)  
PSICOLOGIA DELLA PERCEZIONE VISIVA [url](#)  
SERIALITY AND TRANSMEDIA STUDIES [url](#)  
SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)  
SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)  
SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING [url](#)  
TECNICHE DI ANALISI E VISUALIZZAZIONE DEI DATI [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:

- 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 mediati.

### 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 ed etica dell'informazione, della comunicazione pubblicitaria, dell'editoria, della comunicazione pubblica;
- gestire diversi aspetti della pratica professionale dell'attività pubblicitaria e delle strategie di marketing;

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

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

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

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

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

DIRITTO ED ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE [url](#)

ECONOMIA DEI MEDIA [url](#)

MARKETING [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

Autonomia di

<p><b>giudizio</b></p>	<p>Al termine del suo percorso formativo, il laureato/la laureata ha autonoma 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.</p> <p>Modalità e tipologie di attività formative con cui i risultati vengono conseguiti L'attività didattica curriculare e integrativa e le attività laboratoriali 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.</p> <p>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.</p>	
<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p>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.</p> <p>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 laboratori 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 scambio internazionale, le esperienze di stage e tirocinio all'estero concorrono a sviluppare la capacità di comunicare in una lingua inglese.</p> <p>Strumenti didattici con cui sono verificati Il conseguimento delle abilità indicate è verificato con le prove d'esame, le esercitazioni, i laboratori e la continua interazione critica con i/le 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.</p>	
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>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</p>	

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 curriculari e integrative del Corso. Particolare rilievo hanno le attività laboratoriali e le esperienze di tirocinio svolto presso istituzioni e aziende accreditate. 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

07/02/2025

Nelle attività affini e integrative rientrano attività didattiche considerate fondamentali per la realizzazione del progetto formativo. Tali attività forniscono elementi di approfondimento, di differenziazione dei diversi curricula e di definizione delle competenze utili ai profili professionali previsti in un'ottica multidisciplinare e interdisciplinare. In particolare le attività affini consentono di:

- approfondire gli aspetti tecnologici dell'innovazione nel campo della comunicazione e le relative implicazioni etiche;
- comprendere in profondità i contesti organizzativi, economici e normativi in cui si colloca la comunicazione;
- acquisire strumenti metodologici di analisi dei contenuti, dei pubblici e delle dinamiche di consumo;
- contestualizzare i processi comunicativi in più ampi processi storici e ambiti culturali e creativi.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

21/02/2025

La prova finale per il conseguimento della laurea magistrale consiste nell'elaborazione e nella discussione di una tesi scritta o un prodotto multimediale su un argomento coerente con gli obiettivi formativi del corso di studio, sotto la guida di un relatore.

Nella prova finale si deve dimostrare capacità di approfondimento teorico e metodologico, consapevolezza 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.





07/02/2025

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 scientifico-disciplinari 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. 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://is-cie.unibg.it/it/come-fare/laurearsi>. 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 di Dipartimento 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 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 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 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 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 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 Supplement) 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.

**Curriculum: COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE E GLI ENTI PUBBLICI**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche e dei linguaggi	L-LIN/01 Glottologia e linguistica	42	24	18 - 36
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl			
	↳ PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE (2 anno) - 6 CFU			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ COMUNICAZIONE D'IMPRESA (2 anno) - 6 CFU			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	↳ SOCIOLOGIA DELL'ORGANIZZAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione			
↳ INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi				
↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl				
↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
↳ MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1				

	<i>anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	SECS-P/06 Economia applicata ↳ <i>ECONOMIA DEI MEDIA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>MARKETING (2 anno) - 6 CFU</i>	26	20	12 - 24
	SPS/07 Sociologia generale ↳ <i>METODI CREATIVI DELLA RICERCA SOCIALE (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>TEORIA SOCIALE (2 anno) - 6 CFU</i>			
	<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>			
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			68	54 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	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 (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>	18	12	12 - 24 min 12
	SPS/04 Scienza politica ↳ <i>COMUNICAZIONE POLITICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			12	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	8 - 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	6 - 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	4	4 - 12
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
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>40</b>	<b>30 - 54</b>

**CFU totali per il conseguimento del titolo**

**120**

**CFU totali inseriti nel curriculum *COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE E GLI ENTI PUBBLICI*:**

120 96 - 180

Navigatore Repliche			
	Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
	PRINCIPALE		

## Curriculum: EDITORIA E COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche e dei linguaggi	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ <i>SEMIOTICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	18 - 36
	M-PSI/01 Psicologia generale ↳ <i>PSICOLOGIA DELLA PERCEZIONE VISIVA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			

Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	<p>INF/01 Informatica</p> <hr/> <p>↳ <i>SCIENZA DEI DATI E USER EXPERIENCE DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURA VISUALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>TEORIE DEL CINEMA E DELLA FOTOGRAFIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (2 anno) - 8 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE A (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>MEDIA STUDIES E COMUNICAZIONE DIGITALE B (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	62	38	24 - 42
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	<p>IUS/01 Diritto privato</p> <hr/> <p>↳ <i>DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE ED EDITORIA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>M-STO/04 Storia contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	12	12	12 - 24
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			68	54 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	<p>L-LIN/10 Letteratura inglese</p> <hr/> <p>↳ <i>SERIALITY AND TRANSMEDIA STUDIES (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i></p> <hr/>	18	12	12 - 24 min 12

L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
↳ ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION (1 anno) - 6 CFU - semestrale			
SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
↳ SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
<b>Totale attività Affini</b>		12	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	8 - 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	6 - 12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	4	4 - 12
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
<b>Totale Altre Attività</b>		40	30 - 54

**CFU totali per il conseguimento del titolo** **120**

**CFU totali inseriti nel curriculum *EDITORIA E COMUNICAZIONE PER LE INDUSTRIE CREATIVE*:** 120 96 - 180

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE		

**Curriculum: INFORMAZIONE E CULTURE DEI DATI**

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline metodologiche e dei linguaggi	<p>L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>FORME E STILI DELLA SCRITTURA GIORNALISTICA (2 anno) - 6 CFU</i></p> <hr/> <p>L-LIN/01 Glottologia e linguistica</p> <hr/> <p>↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA E DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>PRAGMATICA DELL'INTERAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>LINGUISTICA PRAGMATICA (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro</p> <hr/> <p>↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (2 anno) - 6 CFU</i></p> <hr/>	36	18	18 - 36
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	<p>INF/01 Informatica</p> <hr/> <p>↳ <i>INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA COMUNICAZIONE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>SCIENZA DEI DATI E USER EXPERIENCE DESIGN (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURE DEI DATI E INDUSTRIE AUDIOVISIVE (2 anno) - 8 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA (1 anno) - 12 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>CULTURE SOCIOTECCNOLOGICHE (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	44	32	24 - 42
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	<p>M-STO/04 Storia contemporanea</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DELL'EDITORIA E DEL GIORNALISMO (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	12	12	12 - 24



SPS/07 Sociologia generale				
↳ <i>TECNICHE DI ANALISI E VISUALIZZAZIONE DEI DATI (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>				
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			62	54 - 102

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	IUS/20 Filosofia del diritto	22	16	12 - 24 min 12
	↳ <i>DIRITTO ED ETICA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	↳ <i>MEDIA AUDIOVISIVI E TECNOLOGIE IMMERSIVE (1 anno) - 4 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	↳ <i>ENGLISH AND MEDIA COMMUNICATION (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>SOCIAL MEDIA E DIGITAL STORYTELLING (1 anno) - 6 CFU - semestrale</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			16	12 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	8 - 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	6 - 12

Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	4 - 12
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
<b>Totale Altre Attività</b>	<b>42</b>	<b>30 - 54</b>

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>	
<b>CFU totali inseriti nel curriculum <i>INFORMAZIONE E CULTURE DEI DATI:</i></b>	120	96 - 180

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE		

**PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA (LM-19)**

CURRICULUM COMUNICAZIONE PER LE IMPRESE E GLI ENTI PUBBLICI

**VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2025-26**

	<b>CODICE</b>	<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>EX SSD</b>	<b>SSD</b>	<b>CFU</b>	<b>MODULI</b>	<b>CFU</b>	<b>C1</b>	<b>C2</b>	<b>C3</b>	<b>AFF</b>	<b>ALT</b>	<b>Sem</b>	<b>SP</b>
--	---------------	----------------------	---------------	------------	------------	---------------	------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	-----------

**I ANNO**

ATTIVO DALL'A.A. 2025-26

<b>Obbligatori</b>														
1	93187	Linguistica pragmatica e dell'interazione	L-LIN/01	GLOT-01/A	12	MOD1 - Linguistica pragmatica MOD2 - Pragmatica dell'interazione	6 6	12					I II	1-2 3-4
2	93225	Intelligenza artificiale per la comunicazione	INF/01	INFO-01/A	6				6				I	1-2
3	93205-	Social media e digital storytelling	SPS/08	GSPS-06/A	6				6				II	
4	93208	Sociologia dell'organizzazione	SPS/09	GSPS-08/A	6			6					I	2
5	93196	Media studies e comunicazione digitale	SPS/08	GSPS-06/A	12	Media studies e comunicazione Media studies e comunicazione	8 4		12				II II	3 4
6	93249	Metodi creativi nella ricerca sociale	SPS/07	GSPS-05/A	8					8			II	3
	93256	Laboratorio - I anno	NN	NN	2							2		
<b>A scelta</b>														
7	93252	Comunicazione politica	SPS/04	GSPS-02/A	6						6		I - II sottoperiodo	2
	93224	English and media communication	L-LIN/12	ANGL-01/C									I	1-2

**58**

30

28

**II ANNO**

ATTIVO DALL'A.A. 2026-27

<b>Obbligatori</b>														
8	93255	Economia dei media	SECS-P/06	ECON-04/A	6					6			I	
9	93215	Diritto della comunicazione, informazione, ed	IUS/01	GIUR-01/A	6						6		I	
	93257	Laboratorio - II anno	NN	NN	2							2		
<b>A scelta</b>														
10	93226	Comunicazione d'impresa	M-FIL/05	PHIL-04/B	6			6					II	

	93210	Comunicazione pubblica e istituzionale	L-LIN/01	GLOT-01/A								I	
<b>A scelta</b>													
11	93207	Marketing	SECS-P/08	ECON-07/A	6					6			
	93198	Teoria sociale	SPS/07	GLOT-01/A								II	3
<b>Altre attività</b>													
12		Esame a scelta libera			12							12	
	93140	Tirocinio			12							12	
	93155	Prova finale			12							12	

**62**



**PIANO DI STUDI CDS MAGISTRALE COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE, EDITORIA (LM-19)**  
 CURRICULUM INFORMAZIONE E CULTURE DEI DATI  
 VALIDO PER IMMATRICOLATI A.A. 2025-26

#	CODICE	DENOMINAZIONE	EX SSD	SSD	CFU	MODULI	CFU	C1	C2	C3	AFF	ALT	Sem	SP
---	--------	---------------	--------	-----	-----	--------	-----	----	----	----	-----	-----	-----	----

**I ANNO**

ATTIVO DALL'A.A. 2025-26

<b>Obbligatori</b>														
1	93225	Intelligenza artificiale per la comunicazione	INF/01	INFO-01/A	6				6				I	1
2	93254	Comunicazione della scienza e della tecnologia	SPS/08	GSPS-06/A	12	MOD1 - Comunicazione della scienza	8		12				I	1
						MOD2 - Culture sociotecnologiche	4				I	2		
3	93187	Linguistica pragmatica e dell'interazione	L-LIN/01	GLOT-01/A	12	MOD1 - Linguistica pragmatica	6	12					I	1-2
						MOD2 - Pragmatica dell'interazione	6				II	3-4		
4	93253	Diritto ed etica dell'intelligenza artificiale	IUS/20	GIUR-17/A	6						6		II	
5	93212-MOD2	Media audiovisivi e tecnologie immersive	L-ART/06	PEMM-01/B	4						4		II	4
	93250	Laboratorio: Metodi di analisi dell'esperienza			2							2	II	4
	93256	Laboratorio - I anno			2		2					2		
<b>A scelta</b>														
	93205-MOD1	Social media e Digital Storytelling	SPS/08	GSPS-06/A									II	3
	93224	English and media communication	L-LIN/12	ANGL-01/C							6		I	1-2
					<b>50</b>									
<b>II ANNO</b>														
ATTIVO DALL'A.A. 2026-27														
<b>Obbligatori</b>														
7	93242	Scienza dei dati e user experience design	INF/01	INFO-01/A	6				6				I	1-2
8	93223-MOD2	Culture dei dati e industrie audiovisive	L-ART/06	PEMM-01/B	8				8				I	
9	93243	Tecniche di analisi e visualizzazione dei dati	SPS/07	GSPS-05/A	6					6				
10	93222	Storia dell'editoria e del giornalismo	M-STO/4	HIST-03/A	6					6				
	93257	Laboratorio - II anno	NN	NN	2							2		
<b>A scelta</b>														
11	93244	Forme e stili della scrittura giornalistica	L-FIL-LET/11	LICO-01/A	6									
	93178	Sociologia della globalizzazione	SPS/09	GSPS-08/A				6						
<b>Altre attività</b>														
12		Esame a scelta libera			12							12		
	93140	Tirocinio			12							12		
	93155	Prova finale			12							12		
					<b>70</b>									