

Università	Università degli Studi di BERGAMO
Classe	LM-19 - Informazione e sistemi editoriali
Nome del corso in italiano	Comunicazione, informazione, editoria <i>adeguamento di: Comunicazione, informazione, editoria (1410110)</i>
Nome del corso in inglese	Communication, information, publishing
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	93-270^9999^016024
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	14/05/2021
Data di approvazione della struttura didattica	26/03/2021
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	29/03/2021
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	19/11/2009 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://ls-cie.unibg.it/it
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Lettere, Filosofia, Comunicazione
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	0 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-19 Informazione e sistemi editoriali

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- * possedere conoscenze approfondite delle tecniche e delle metodologie del sistema dell'informazione nazionale e internazionale;
- * possedere le competenze necessarie all'uso delle nuove tecnologie della comunicazione in funzione delle necessità gestionali ed organizzative delle imprese giornalistiche e editoriali (cartacee, audiovisive, on line) e dell'editoria periodica specializzata e non specializzata;
- * possedere abilità di scrittura e competenze idonee al lavoro di gestione dei contenuti, anche attraverso l'uso di nuove tecnologie informatiche, soprattutto nell'ambito delle attività redazionali;
- * possedere le abilità di scrittura e le competenze idonee alle attività degli uffici stampa e degli uffici comunicazione, con riferimento sia ai pubblici interni che agli utenti esterni;
- * possedere le competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle organizzazioni giornalistiche e editoriali;
- * possedere abilità di progettazione di contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, e servizi per ambienti multiplatforma (web, tv digitale, telefonia, ecc.);
- * possedere competenze gestionali e di redazione dei contenuti per le attività di comunicazione interna di enti, istituzioni, imprese;
- * possedere competenze per la progettazione e la realizzazione di prodotti per l'informazione specializzata e periodica sia di tipo tradizionale che innovativo;
- * essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono nei diversi comparti delle imprese giornalistiche ed editoriali, con particolare riferimento alle professionalità emergenti nel settore dell'informazione e della progettazione di contenuti multimediali.

Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea magistrale della classe:

- * comprendono attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi delle scienze della comunicazione, nonché l'applicazione di metodi propri del lavoro di gestione dei contenuti, con particolare riferimento alla progettazione dei servizi e allo svolgimento dei processi operativi di stampo manageriale e redazionale;
- * possono prevedere attività laboratoriali e/o di tirocinio e stage presso aziende pubbliche e private dell'Unione Europea, testate giornalistiche, uffici stampa e uffici comunicazione, organizzazioni pubbliche e private che gestiscono contenuti e servizi multimediali, imprese televisive, anche sotto la guida di qualificati esponenti del mondo professionale, oltre a soggiorni di studio presso università italiane e straniere.

NOTA PER L'ATTIVAZIONE DI CORSI PREORDINATI ALL'ACCESSO ALLA PROFESSIONE GIORNALISTICA

In riferimento a quanto stabilisce l'art. 10, comma 4 del DM 270/2004, i corsi della classe magistrale preordinati all'accesso alle professioni giornalistiche sono istituiti nel rispetto di quanto stabilito dalle disposizioni vigenti per l'accesso alle predette professioni, devono essere a numero programmato e devono prevedere una selezione iniziale per titoli ed esami.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Nucleo, analizzata la scheda illustrativa del Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria, rileva che nella fase di progettazione la Facoltà ha tenuto conto dei seguenti elementi:

- a) individuazione delle esigenze formative ed aspettative delle parti interessate attraverso consultazioni dirette;
- b) definizione delle prospettive (figure professionali e prosecuzione degli studi) coerenti con le esigenze formative;
- c) definizione degli obiettivi di apprendimento congruenti con gli obiettivi generali con riferimento al sistema dei descrittori adottato in sede europea;
- d) significatività della domanda di formazione proveniente dagli studenti e punti di forza della proposta rispetto all'esistente;
- e) analisi e previsioni di occupabilità;
- f) analisi del contesto culturale;
- g) definizione delle politiche di accesso.

La Facoltà ha proceduto alla trasformazione del Corso in Comunicazione ed editoria multimediale attivato nella classe 13-S nel corrispondente Corso di laurea magistrale in Comunicazione, informazione, editoria appartenente alla classe LM-19, mirando ad una più precisa caratterizzazione del percorso di studi.

In conclusione il Nucleo rileva che la proposta:

- a) è stata correttamente progettata;
- b) risulta adeguata e compatibile con le risorse di docenza disponibili e con le strutture destinate dall'Ateneo al riguardo;
- c) può concorrere agli obiettivi di razionalizzazione e qualificazione dell'offerta formativa di cui al D.M. 362/2007.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

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 Multimediale (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.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

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

Nella sua articolazione fra i diversi curricula il corso fornisce specifica preparazione 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 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 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.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

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 (applying knowledge and understanding)

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

produrre e gestire i contenuti della comunicazione in ambito aziendale e istituzionale, verso l'interno e verso l'esterno;

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

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

Il laureato/la laureata negli specifici contesti professionali delineati dai profili curriculari è in grado di:

applicare le conoscenze linguistiche, metalinguistiche e retoriche, in funzione dei contesti comunicativi, dei destinatari e degli scopi prefissati, valutando l'efficacia del processo comunicativo;

produrre contenuti di comunicazione e di informazione attraverso le modalità, le forme e gli stili propri di ciascun formato mediale (stampata, radio, televisione, piattaforme online);

organizzare il flusso informativo e di circolazione dei contenuti anche sulle diverse piattaforme;

analizzare i prodotti di comunicazione anche in funzione dei pubblici di destinazione;

svolgere indagini, rilevare e rielaborare i dati, presentarli nella modalità più adatte ai contesti e ai pubblici;

valutare le implicazioni deontologiche e giuridiche di quanto progettato e utilizzato.

Il laureato/laureata ha, infine, competenze trasversali atte a sviluppare la capacità di:

tradurre in pratica le competenze acquisite;

riconoscere i limiti delle proprie conoscenze e competenze e reperire strumenti necessari al loro ampliamento ove la situazione e il contesto lavorativo lo richiedessero; inserirsi in contesti lavorativi diversificati, comprendendo le necessità degli ambiti in cui si troveranno a operare e suggerendo soluzioni efficaci;

lavorare in gruppo in contesti multiculturali e multidisciplinari, anche attraverso l'uso di piattaforme digitali;

l'autoimprenditorialità necessaria a operare in un campo, quello delle professioni della comunicazione, sottoposto a costante mutamento.

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

La verifica in sede di esame può avvenire in forma orale, scritta, con la presentazione e discussione di elaborati e prodotti multimediali. Il tirocinio contribuisce a sviluppare un'adeguata consapevolezza del rapporto tra le dimensioni teoriche e pratiche della comunicazione.

Autonomia di giudizio (making judgements)

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.

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

Lattività 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 (communication skills)

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

Lattività didattica curriculare e integrativa e le attività seminariali hanno l'obiettivo di sviluppare le abilità comunicative. In particolare, le esercitazioni e i momenti seminariali prevedono presentazioni individuali di relazioni e/o prodotti in cui è possibile sviluppare le proprie abilità e verificarne il progressivo apprendimento.

Specifiche attività didattiche in lingua inglese, il contributo di visiting professor, i programmi di scambi internazionali, le esperienze di stage e tirocinio all'estero concorrono a sviluppare la capacità di comunicare in una lingua inglese.

Strumenti didattici con cui sono verificati

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

Capacità di apprendimento (learning skills)

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.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

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

Requisiti curriculari

Laurea triennale afferente a una delle seguenti classi di laurea:

Beni Culturali (L01)
Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (L03)
Filosofia (L5)
Lettere (L10)
Lingue e culture moderne (L11)
Mediazione Linguistica (L12)
Scienze dei servizi giuridici (L-14)
Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione (L-16)
Scienze dell'economia e della gestione aziendale (L-18)
Scienze dell'educazione e della formazione (L-19)
Scienze della comunicazione (L-20)
Scienze e tecniche psicologiche (L-24)
Scienze politiche e delle relazioni internazionali (L-36)
Sociologia (L-40)
Storia (L-42)

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

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

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

3. Possesso di titolo ex D.M. 509/99 e Ordinanza 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.

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

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.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

A seguito dell'invito contenuto nella delibera del Senato Accademico del 28.04.2020 (delibera 51/2020) e con delibera del Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione del 19.11.2020, il Cds è passato da l'ordinamento a base 5 all'ordinamento a base 6 per rispondere alle esigenze di: 1) contenimento del frazionamento delle attività didattiche; 2) razionalizzazione dell'offerta formativa; 3) coerenza con l'offerta formativa di Ateneo e Dipartimentale.

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 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, 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.
Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)
<ul style="list-style-type: none">• Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)• Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)• Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)• Revisori di testi - (2.5.4.4.2)

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.
--

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-LIN/01 Glottologia e linguistica L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/03 Filosofia morale M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	24	42	-
Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	36	-
Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali	IUS/01 Diritto privato IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale SPS/03 Storia delle istituzioni politiche SPS/04 Scienza politica SPS/07 Sociologia generale SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	12	24	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		54		
Totale Attività Caratterizzanti			54 - 102	

Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		12	24
A11	INF/01 - Informatica ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni IUS/02 - Diritto privato comparato L-ART/03 - Storia dell'arte contemporanea L-ART/05 - Discipline dello spettacolo L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione L-LIN/01 - Glottologia e linguistica L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi M-STO/04 - Storia contemporanea M-STO/05 - Storia delle scienze e delle tecniche SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro	0	24
A12	L-LIN/03 - Letteratura francese L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/05 - Letteratura spagnola L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/10 - Letteratura inglese L-LIN/11 - Lingue e letterature anglo-americane L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/13 - Letteratura tedesca L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	0	18
Totale Attività Affini		12 - 24	

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		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
	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 - 42	

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	102 - 168

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti : INF/01 , ING-INF/05 , L-ART/06 , L-LIN/01 , L-LIN/12 , M-FIL/05 , M-STO/04 , SPS/08 , SPS/09)

L'intervallo di CFU massimo e minimo per le attività affini serve a: 1) articolare l'offerta curricolare in funzione di una migliore definizione dei profili formativi; 2) permettere percorsi formativi flessibili e aggiornabili in funzione dei processi di trasformazione sociale e del loro adeguamento alla ridefinizione degli ambiti delle professioni della comunicazione.

Nelle attività affini, sono stati individuati gruppi alternativi di settori. In particolare i settori scientifico disciplinari riferiti alle aree delle lingue e letterature straniere (non previsti fra le attività caratterizzanti della classe di laurea) sono inseriti per approfondire gli aspetti interculturali, con particolare orientamento al tema delle industrie culturali e creative.

Motivazione per l'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe

L'inserimento fra le attività affini di SSD già previsti dalla classe (INF/01, ING-INF/05, L-ART/06, L-LIN/01, L-LIN/12, M-FIL/05, M-STO/04, SPS/08, SPS/09) è

finalizzato alla possibilità di approfondire, in modo diversificato nei diversi curricula, i temi dell'innovazione dei linguaggi e dei processi della comunicazione, della digitalizzazione e della trasformazione delle imprese culturali e creative.

In particolare:

INF/01 - ING-INF/05: l'incremento dei CFU è funzionale a approfondire i temi della digitalizzazione dei prodotti e dei processi comunicativi, l'ambito dell'intelligenza artificiale, della robotica e dei big data.

LLIN/01 - MFIL/05 L-ART/06: l'incremento dei CFU è funzionale a approfondire l'ambito della produzione e analisi dei contenuti di comunicazione con attenzione anche alla pluralità dei linguaggi e delle interazioni comunicative anche mediate.

L-LIN/12: l'incremento dei CFU è funzionale a approfondire il tema dell'inglese specialistico.

SPS/08 - SPS/09: l'incremento dei CFU è funzionale a approfondire gli aspetti legati ai processi culturali e organizzativi con particolare riferimento ai processi di circolazione culturale e multiplatforma dei contenuti e di innovazione delle professioni.

Note relative alle altre attività

L'ordinamento prevede un ampio spazio per le attività di tirocinio, in conformità al profilo culturale del corso che bilancia la formazione teorica, metodologica e critica con la sperimentazione in ambito professionale.

A tal fine, il corso di studi conta una solida tradizione di rapporti con aziende, enti e istituti di ricerca presenti sul territorio e nazionali cui si aggiungono i tirocini in mobilità internazionale.

I tirocini sono scelti dalle studentesse e dagli studenti sulla base del loro curriculum, e impegnano imprese editoriali e informative, agenzie di comunicazione e centri media, istituti di ricerca, aziende nazionali, multinazionali e PMI, istituzioni culturali, enti pubblici e attori del terzo settore.

Gli accordi di tirocinio sono stipulati tramite l'Ateneo e sostenuti, internamente al Corso di studi, da un docente referente, cui compete il monitoraggio degli accordi in essere e l'individuazione di aziende ed enti, anche stipulando nuove convenzioni, per garantire in modo continuativo tirocini o stage in linea con l'iter formativo e con le aspettative professionali degli studenti.

Al fine di un eventuale ampliamento delle competenze linguistiche, l'ordinamento prevede la possibilità di introdurre un'unità linguistica secondo il livello previsto dalla classe.

Note relative alle attività caratterizzanti

La distribuzione dei CFU nei diversi ambiti delle discipline caratterizzanti e le soglie minima e massima per ambito sono strutturate in modo da garantire: 1) una progressione della specializzazione formativa nei singoli curricula, a partire dalla base delle discipline metodologiche e dei linguaggi per arrivare alle discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione fino a quelle storico-sociali; 2) una sufficiente distinzione di contenuto fra i diversi curricula.

Per il gruppo delle discipline storico-sociali, giuridico economiche, politologiche e delle relazioni internazionali, i SSD inseriti e la strutturazione delle soglie minima e massima sono funzionali a differenziare i profili di esperto di comunicazione negli ambiti dell'informazione e dell'editoria (con riferimento alle discipline socio antropologiche e politologiche) e di esperto di strategie comunicative in aziende ed enti profit e no-profit (con riferimento all'area economico-giuridica).

RAD chiuso il 30/03/2021