



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di FOGGIA
Nome del corso in italiano	COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E TECNOLOGIE DIGITALI (<i>IdSua:1578999</i>)
Nome del corso in inglese	COMMUNICATION, PUBLIC RELATIONS AND DIGITAL TECHNOLOGIES
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.unifg.it/it/studiare/corsi-di-laurea/lauree-triennali-e-ciclo-unico/comunicazione-relazioni-pubbliche-e-tecnologie-digitali
Tasse	https://www.unifg.it/it/servizi-e-opportunita/segreterie-online/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	b. Corso di studio in modalità mista



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	DE NARDIS Fabio
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio del Dipartimento di Economia, Management e Territorio
Struttura didattica di riferimento	ECONOMIA, MANAGEMENT E TERRITORIO

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	ADDANTE	Adriana		PA	1	
2.	CLEMENTE	Alida		PA	1	
3.	DE NARDIS	Fabio		PO	1	

4.	GABALLO	Giuseppe	RD	1
5.	LOPOLITO	Antonio	PA	1
6.	MASTROBERARDINO	Piero	PO	1
7.	STASI	Daniele Giuseppe	PO	1
8.	TESTA	Giuseppina	RU	1
9.	ZANIBONI	Eugenio	RU	1

Rappresentanti Studenti	Rappresentanti degli studenti non indicati
Gruppo di gestione AQ	ALIDA CLEMENTE FABIO DE NARDIS GIUSEPPE GABALLO GIULIANA GIULIANO DANIELE STASI
Tutor	MARIKA INTENZA MARTINA PIPOLI ANTONIO VAIRO



Il Corso di Studio in breve

13/06/2022

Il Corso di studi in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie digitali risponde a una domanda di formazione proveniente dal territorio su cui gravita l'Università di Foggia, oltre a rappresentare, in larga parte, una novità, per la sua configurazione, sul territorio nazionale e, soprattutto, regionale. Esso si propone di offrire agli/le studenti/esse le conoscenze di base in ambito sociologico, storico, linguistico-semiologico, psico-pedagogico, politologico, geografico, economico e tecnico per orientarsi analiticamente, ma anche e soprattutto criticamente, nel mondo della comunicazione contemporanea, sia quando essa si realizza in forma di interazione classica (relazioni inter-personali, comunicazione organizzativa e istituzionale, negoziazione, conflitti) sia in ambito mediatico (media tradizionali e non, social media, comunicazione digitale, piattaforme web, ecc.). Oltre alle conoscenze teoriche di base e al supporto di una proficua integrazione interdisciplinare, il Corso di laurea offre due distinti percorsi formativi. Per rispondere a una esplicita domanda, nell'ambito di un quadro formativo omogeneo, il corso di laurea si articolerà su due principali assi (profili) formativi:

Il primo profilo formativo si focalizzerà sulle Relazioni pubbliche e la comunicazione istituzionale, in cui lo/la studente/essa verrà formato/a anche attraverso specifiche attività seminariali e laboratoriali alle principali pratiche dialettiche, argomentative e negoziali necessarie a operare all'interno o per conto di organizzazioni complesse pubbliche o private. L'obiettivo è dunque quello di formare professionisti in grado di gestire i processi di relazione che imprese e organizzazioni pubbliche o private mantengono con i propri interlocutori a supporto delle vendite, per generare e gestire i brand, aumentare la visibilità e rafforzare la reputazione, ma anche per ottenere risultati in contesti negoziali sia connessi alle dinamiche di mercato che nei contesti di negoziazione politico-istituzionale in situazioni di stress sociale. Si fornisce dunque un mix di competenze sociocomunicative, di teorie e pratiche dell'innovazione democratica, di comunicazione d'impresa e marketing, di tecniche negoziali e argomentative, di comunicazione pubblica e sociale necessarie a comprendere il funzionamento delle organizzazioni complesse pubbliche e private oltre a nozioni socio-pedagogiche legate alla media education e all'analisi dell'opinione pubblica e delle pratiche di consumo.

Il secondo profilo formativo si concentrerà invece sulla Comunicazione e le tecnologie digitali, in cui lo/la studente/essa verrà formato/a anche attraverso specifiche attività laboratoriali alle teorie e pratiche delle nuove forme di comunicazione sociale e digitale. L'obiettivo è in questo caso quello di formare laureate/i in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, in grado di operare nell'area delle comunicazioni digitali, dei sistemi d'informazione e dei diversi settori dell'industria culturale e del web design con riferimento agli ecosistemi comunicativi e alle loro relazioni con la società, le istituzioni politiche (partiti, terzo settore, cittadinanza attiva) e le industrie creative (stampa, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, piattaforme web, blog, social).

Questo duplice percorso formativo nell'ambito della classe di laurea L-20 è stato ispirato dalla necessità di laureare professionisti nei nuovi ambiti della comunicazione e dell'informazione, rispondendo a una doppia vocazione: da un lato, quella espressa dal giovane Dipartimento di Economia, Management e Territorio che coniuga, in prospettiva inter- e trans-disciplinare, analisi economica e organizzativa dei meccanismi di impresa (pubblica o privata) e sapere socio- psico- antropologico e comunicativo con particolare attenzione alle dinamiche territoriali; dall'altro, quello espresso dall'Ateneo foggiano che ha da tempo palesato il suo orientamento a investire risorse ed expertise nel campo delle culture e delle tecnologie digitali.



QUADRO A1.a

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

04/01/2021

Ai fini dell'elaborazione dell'offerta formativa, il Dipartimento di Economia, Management e Territorio ha promosso i primi incontri di consultazione con le principali e piu' significative organizzazioni rappresentative del mondo imprenditoriale e della comunicazione del territorio provinciale e regionale, e ha contestualmente provveduto all'analisi degli studi di settore e previsionali dell'evoluzione della domanda di lavoro sul breve /medio periodo.

L'esito delle consultazioni con gli stakeholder (si rinvia ai verbali allegati per il dettaglio dei soggetti consultati e dei contenuti delle consultazioni) del 9 luglio (Allegato 1_Verbale 1) e del 15 settembre (Allegato1_Verbale2), ha fatto emergere:

- una generale esigenza di competenze in grado di rinnovare, attraverso la produzione culturale e la comunicazione, le modalita' di promozione delle risorse territoriali
- una significativa domanda di figure professionali innovative nell'ambito della comunicazione e del marketing, dotate di competenze informatiche e digitali, nonche' di padronanza dei nuovi linguaggi comunicativi richiesti dalle tecnologie digitali
- una potenziale domanda di figure professionali qualificate nell'ambito della comunicazione pubblica e giornalistica.
- una generalizzata consapevolezza del rilievo che assumono, a fronte delle attuali sfide globali, le competenze trasversali e le soft skills assicurate da percorsi formativi interdisciplinari: nella fattispecie, dall'integrazione delle materie economico-manageriali con i saperi sociologici e filosofici.
- la disponibilita' ad accogliere i nostri studenti in percorsi di stage e tirocinio anche post-lauream.
- la domanda di figure professionali qualificate all'interno di aziende ed istituzioni pubbliche e private, aziende partecipate da enti pubblici e public utilities, oltreche' nella promozione e comunicazione del territorio.

Ne consegue 1. che il CdS L-20 e' di sicuro interesse nel coprire un fabbisogno formativo non espresso ma evidente nelle caratteristiche culturali del territorio locale; 2. l'auspicio che l'offerta formativa sia accompagnata da una serie di intese e accordi con enti locali, regionali e nazionali in grado di fornire un primo contatto degli studenti con il mondo del lavoro; 3. l'importante ruolo che la figura in uscita del CdS puo' ricoprire nei processi di sviluppo locale e rurale fondati sulla comunicazione.

Su scala nazionale, gli studi di settore (Cfr. All. 1_Verbale 3) confermano le buone potenzialita' di sbocco professionale dei profili connessi al CdS. In particolare le previsioni in crescita 1. della filiera Education e cultura; 2. del settore dei Servizi dei media e della comunicazione; 3. del settore Commercio e turismo; 4. della domanda di figure come i progettisti e organizzatori di eventi culturali, nonche' degli esperti in comunicazione e marketing 5. della rilevanza delle competenze digitali,

consentono di ritenere l'attivazione del CdS e l'investimento sui saperi digitali coerente con le principali tendenze a breve e medio termine del mercato del lavoro.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali delle consultazioni ed analisi della domanda di formazione



QUADRO A1.b

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

DATA CONSULTAZIONE: 31/05/2022

Dopo il primo semestre di lezioni dell'AA 2021/22, primo anno di istituzione del CdS, il Gruppo di Assicurazione della Qualità si è riunito insieme alle realtà territoriali che più di altre hanno fin dall'inizio sostenuto il progetto del corso di studi, contribuendo in parte a costruirne il piano formativo. Oltre ai membri del GAQ sono presenti:

Rete del Mediterraneo

Assorete PMI

LegaCoop Puglia

Libera Foggia

Radici Future Produzioni

FIMAA

Tutti gli intervenuti concordano che non è opportuno apportare modifiche sostanziali al piano di studi dal momento che il CdS è di nuova istituzione (non è ancora terminato il primo anno) e quindi necessita di un periodo di osservazione congruo di almeno tre anni.

Tuttavia, alla luce dell'ottima risposta ottenuta in termini di immatricolazioni (quasi 100 matricole) e considerando che il CdS prevede due Curricula, pur lasciando invariato l'impianto strutturale, si pende atto della netta preferenza in termini di immatricolazioni per il profilo formativo in Comunicazione e tecnologie digitali rispetto a quello in Relazioni pubbliche. Tale constatazione non è al momento sufficiente a far ipotizzare interventi su questo secondo curriculum che rimane comunque opzionato da un numero significativo di studenti.

La proposta dettagliata è presente nel Regolamento Didattico 2022-2023.

Il GAQ e i membri del COMITATO DI INDIRIZZO invitano il Presidente a monitorare le attività di orientamento in ingresso e in itinere per consentire il consolidamento del buon risultato in termini di immatricolazioni.

Il Presidente comunica che è già stata avviata una campagna di comunicazione sui social più utilizzati dalla fascia di età di riferimento.

Inoltre, sono già partite le attività di orientamento con le scuole alle quali partecipa sempre almeno un docente del DEMeT o il Presidente del Corso di Studi L-20.

L'orientamento in entrata prevede quest'anno ulteriori attività, anche orientate agli studenti con DSA, per garantire di raggiungere il maggior numero di studenti.

Il Presidente si impegna a comunicare al GAQ e al Comitato di Indirizzo eventuali iniziative significative per il CdS.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale della Consultazione con le Parti Interessate



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Tecnico della pubblicità

funzione in un contesto di lavoro:

Il tecnico della pubblicità assiste gli specialisti: (1) nel promuovere le attività di mercato di una impresa o di una organizzazione; (2) nel creare un'immagine positiva dell'impresa o dell'organizzazione. Ha inoltre il compito di (3) applicare e seguire le procedure per programmare e attivare promozioni e campagne pubblicitarie di vario genere e su vari mezzi.

competenze associate alla funzione:

(1) conoscenze di base di marketing, comunicazione di massa e analisi di mercato; (2) capacità di analizzare storie,

significati e valori associati a un brand o a un prodotto; (3) competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media e dei nuovi media.

sbocchi occupazionali:

- (1) Agenzie pubblicitarie (2) Imprese, organizzazioni, società di consulenza che si occupano di promozione turistica
- (3) Uffici di comunicazione di imprese e organizzazioni pubbliche o private
- (4) Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni (5) Centri media.

Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili (Addetto alle pubbliche relazioni ed esperto negoziatore)

funzione in un contesto di lavoro:

L'addetto alle pubbliche relazioni assiste gli specialisti: (1) nel cercare, selezionare, raccogliere e sistematizzare materiale informativo e/o pubblicitario favorevole all'azienda o all'organizzazione; (2) nell'organizzare e sponsorizzare eventi di particolare importanza e visibilità per l'azienda o l'organizzazione, non necessariamente o direttamente collegati alla promozione pubblicitaria; (3) nel partecipare a negoziazioni complesse sia in ambito economico privato che in ambito politico-istituzionale.

competenze associate alla funzione:

- (1) Competenze di base nella comunicazione d'impresa e nell'analisi di campagne di comunicazione e informazione da parte di soggetti diversi (aziende, organizzazioni, istituzioni, ecc.); (2) competenze nel campo dei media, dei nuovi media, della comunicazione di massa, della comunicazione d'impresa e della comunicazione pubblicitaria; (3) competenze logico-argomentative e tecniche di negoziazione in situazioni complesse.

sbocchi occupazionali:

- (1) Imprese e società di consulenza che si occupano di pubbliche relazioni e organizzazione di eventi (2) Uffici di comunicazione e/o pubbliche relazioni di imprese o organizzazioni (3) Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni (4) Istituzioni pubbliche e private, gruppi di interesse e di pressione (Lobby), sindacati e/o organizzazioni del terzo settore.

Tecnico della vendita e della distribuzione e l'account junior

funzione in un contesto di lavoro:

Il tecnico della vendita e della distribuzione e l'account junior assiste gli specialisti:

- (1) nello sviluppo delle strategie di vendita dell'impresa o dell'organizzazione; (2) nel controllo della efficienza della rete distributiva e commerciale e nel monitoraggio delle vendite. Inoltre, (3) applicano le procedure fissate dall'azienda o dall'organizzazione per raccogliere informazioni sulle vendite e sulle attività di distribuzione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in modo rilevante e significativo a specialisti e responsabili del settore.

competenze associate alla funzione:

- (1) Competenze generali di marketing e comunicazione d'impresa e promozione territoriale o di prodotti; (2) competenze di psicologia della comunicazione, di tecniche della persuasione e di tecniche della comunicazione interpersonale; (3) capacità di analisi semiotica dei testi e di problem solving.

sbocchi occupazionali:

- (1) Imprese o organizzazioni che si occupano di vendita e distribuzione (2) Settori aziendali che si occupano di vendita e distribuzione, di customer care, di assistenza post-vendita (3) Uffici comunicazione e marketing di imprese o organizzazioni (4) organizzazioni pubbliche o private che si occupano di promozione turistica e territoriale.

Tecnici dell'organizzazione di fiere, convegni ed eventi culturali (Organizzatore di convegni, attività di promozione territoriale ed eventi culturali)

funzione in un contesto di lavoro:

L'organizzatore di convegni, attività di promozione territoriale ed eventi culturali combina capacità di auto-organizzazione e di organizzazione del lavoro altrui con una visione complessiva della comunicazione dell'impresa o organizzazione complessa in cui opera, con l'obiettivo rendere l'evento di cui ci assume l'onere organizzativo e promozionale un ingrediente rilevante di comunicazione strategica. Questo profilo professionale assiste gli specialisti: (1) nel progettare fiere, convegni e eventi culturali; (2) nell'organizzare gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili; (3) nel gestire l'evento fieristico, convegnistico e/o culturale; (4) nell'organizzare e gestire la fruizione degli spazi e degli eventi da parte degli espositori, del pubblico e dei clienti/utenti, (5) nell'organizzare e gestire, anche dal punto di vista del media mix, la promozione del territorio.

competenze associate alla funzione:

(1) Competenze di base in marketing, comunicazione d'impresa e promozione territoriale; (2) competenze di analisi dello spazio geografico e topografia; (3) competenze di psicologia della comunicazione; (4) competenze di metodi etnografici e socio-antropologici.

sbocchi occupazionali:

(1) Imprese e società di consulenza che si occupano dell'organizzazione di fiere, convegni e eventi culturali; (2) Uffici di comunicazione di imprese o organizzazioni complesse; (3) Settori della pubblica amministrazione che si occupano dell'organizzazione di fiere, convegni, eventi culturali e promozione turistica e territoriale.

Tecnico del web marketing

funzione in un contesto di lavoro:

Il Web communication manager, il digital media manager, il web content manager, il social media manager assistono i progettisti, gli analisti e gli sviluppatori di applicazioni web: (1) nella progettazione di siti web statici e dinamici e di pagine social; (2) nello sviluppo di siti statici e dinamici e di pagine social; (3) nella gestione e manutenzione di siti web statici e dinamici e di pagine social; (4) nell'ottimizzazione del sito e delle sue pagine per i motori di ricerca; (5) nella promozione su Internet del sito e/o della pagina social. Per completare la preparazione di ciascuno di questi profili professionali può essere utile frequentare anche un Master nel settore specifico che si intende approfondire, a seconda delle esigenze del mercato e/o dell'azienda in cui ci si vuole inserire (Internet marketing, social media marketing, SEO, SEM, ecc.). Un profilo specifico, sebbene connesso ai precedenti, è quello dell'esperto della parte online dei processi partecipativi in ambito locale (bilanci partecipativi, consultazione dei cittadini, etc.) che lavora in stretto contatto con i facilitatori dei processi, con le pubbliche amministrazioni e, laddove previsto, con il city manager.

competenze associate alla funzione:

(1) Competenze di informatica di base, di progettazione web e progettazione di pagine social; (2) competenze di comunicazione web e di scrittura di testi per il Web; (3) competenze di Internet marketing; (4) competenze di sociologia dei nuovi media, semiotica dei nuovi media, informatica umanistica; (5) competenze nella gestione e nell'uso delle piattaforme di partecipazione democratica.

sbocchi occupazionali:

(1) Imprese o organizzazioni che si occupano di comunicazione web per conto terzi (2) Imprese o organizzazioni che gestiscono in proprio la loro comunicazione su siti web tradizionali e/o comunicano sui social media (3) Settori di imprese o di enti della pubblica amministrazione che gestiscono la comunicazione istituzionale dell'impresa o dell'ente su siti web tradizionali e/o sui social media e/o attraverso specifiche piattaforme di consultazione e partecipazione.

Giornalista, blogger e lavoratore nel mondo dell'editoria

funzione in un contesto di lavoro:

Chi decide di intraprendere la carriera giornalistica sulla carta stampata e/o sui siti web o di mettere in piedi attività editoriali deve sviluppare (1) capacità di scrittura attraverso un linguaggio giornalistico (2) tecniche del giornalismo d'inchiesta, (3) nozioni di base di linguaggio dei/sui nuovi media digitali; (4) conoscenze di base di teorie e tecniche della comunicazione e elementi di sociologia dei fenomeni politici e culturali, oltre che conoscenze storiche, antropologiche e geografiche, ma anche (5) competenze di informatica di base, di progettazione web e progettazione di pagine social e (5) competenze di comunicazione web e di scrittura di testi per il Web.

competenze associate alla funzione:

(1) capacita' di scrittura attraverso un linguaggio giornalistico (2) tecniche del giornalismo d'inchiesta, (3) nozioni di base di linguaggio dei/sui nuovi media digitali; (4) conoscenze di base di teorie e tecniche della comunicazione e elementi di sociologia dei fenomeni politici e culturali, oltre che conoscenze storiche, antropologiche e geografiche, (5) competenze di informatica di base, di progettazione web e progettazione di pagine social e (6) competenze di comunicazione web e di scrittura di testi per il Web.

sbocchi occupazionali:

(1) testate giornalistiche di carta stampata o su blog e siti web; (2) mondo dell'editoria sia classica e di nuovi prodotti culturali.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici della produzione di servizi - (3.1.5.5.0)
2. Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1)
3. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
4. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
5. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
6. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
7. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
8. Annunciatori della radio e della televisione - (3.4.3.1.1)
9. Presentatori di performance artistiche e ricreative - (3.4.3.1.2)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

02/02/2021

Per essere ammessi al Corso di Laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Ai fini dell'accesso al Corso di laurea in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie Digitali, allo studente e' richiesto il possesso di un appropriato metodo di studio, delle conoscenze basilari relative allo sviluppo della societa' contemporanea, nonche' nozioni fondamentali relative alla struttura dello Stato, alla cittadinanza, ai problemi sociali emergenti. Il Corso di Laurea organizza annualmente corsi di recupero finalizzati a colmare eventuali lacune nei requisiti necessari per l'accesso. La verifica dell'adeguatezza della preparazione iniziale si svolge mediante idonei test di orientamento concernenti la cultura generale, storica, elementi di educazione civica in relazione alla struttura dello Stato e della societa' contemporanea.

Per il recupero degli obblighi formativi previsti, nel caso in cui la verifica delle conoscenze richieste per l'accesso non sia positiva, si rimanda al Regolamento didattico del Corso di Studio.



14/06/2022

Per essere ammessi al Corso di Laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Ai fini dell'accesso al Corso di laurea in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie Digitali, allo studente è richiesto il possesso di un appropriato metodo di studio, delle conoscenze basilari relative allo sviluppo della società contemporanea, nonché nozioni fondamentali relative alla struttura dello Stato, alla cittadinanza, ai problemi sociali emergenti. Il Corso di Laurea organizza annualmente corsi di recupero finalizzati a colmare eventuali lacune nei requisiti necessari per l'accesso.

La verifica dell'adeguatezza della preparazione iniziale si svolge mediante idonei test non selettivi concernenti la cultura generale, storica, elementi di educazione civica in relazione alla struttura dello Stato e della società contemporanea. In particolare, gli O.F.A. saranno assegnati sulla base del seguente criterio: punteggio totalizzato nei settori SSD SPS/07-08-11 su questioni di attualità e problematiche sociali, politiche e culturali come indicato nel bando di ammissione al corso di studio. In base all'esito del test, l'ammissione al corso avverrà attribuendo agli studenti obblighi formativi aggiuntivi (OFA) a partire da un punteggio complessivo inferiore a 18. Gli obblighi formativi previsti nel caso in cui la verifica delle conoscenze richieste per l'accesso non sia positiva verranno attribuiti attraverso formule di didattica aggiuntiva sotto forma seminariale nei settori di area sociologica (in particolare SPS/07 e 08) a cui gli studenti dovranno partecipare. Per il recupero degli obblighi formativi verrà utilizzata la piattaforma e-learning della Università di Foggia. Il recupero degli Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) deve avvenire entro il primo anno di corso.



02/02/2021

Il Corso di studio offre una formazione di base sia teorico-generale sia applicata ai principali formati, mezzi e generi della comunicazione contemporanea, connettendo i processi comunicativi ai più ampi processi di mutamento locale e globale in ambito sociale, culturale, politico ed economico. L'obiettivo è che Lo/a studente/ssa impari a osservare con sguardo critico il mondo dei media contemporanei, così come l'uso di diversi linguaggi e sistemi di segni in ambito interpersonale, micro e macro-sociale.

Il piano didattico prevede insegnamenti suddivisi in tre aree principali:

(1) un'area teorico-generale, in cui si offre una selezione dei concetti e delle teorie fondamentali della semiotica, delle scienze del linguaggio, della sociologia, dell'antropologia e delle scienze psico-pedagogiche. Questo permetterà agli/alle studenti/esse di orientarsi analiticamente e criticamente nel mondo della comunicazione contemporanea;

(2) un'area metodologica, in cui si offrono strumenti analitici di base per interpretare la comunicazione visiva e non, la comunicazione pubblica e politica contemporanea, le metodologie psicologiche di base per comprendere e interpretare diversi contesti di interazione sociale e negoziale (inclusi conflitti e colloqui di lavoro), competenze informatiche per il web design e l'analisi dei big data e statistiche di base per progettare ed elaborare testi digitali e contenuti destinati al web, ma anche competenze organizzative, economiche e gestionali per gli/le studenti/esse che opereranno per il curriculum in Relazioni pubbliche e comunicazione istituzionale;

(3) un'area applicativa, in cui si offrono alcune competenze di base soprattutto in inglese, per affiancare professionisti della comunicazione nel progettare in modo efficiente ed efficace testi destinati alla pubblicità, ai media tradizionali (stampa, radio, televisione) e ai nuovi media (siti web, social media, comunità virtuali), e per muoversi consapevolmente all'interno delle realtà aziendali e professionali del settore.

Ampio spazio è riservato a insegnamenti e laboratori specifici che andranno a connotare i percorsi formativi in cui il Corso di studio si va ad articolare. Un focus particolare è rivolto all'analisi di casi di studio e fenomeni di comunicazione concreti, tratti dal mondo delle professioni e del lavoro. Gli studenti hanno la possibilità di entrare in contatto diretto con il mondo delle professioni e del lavoro tramite laboratori ed esperienze di tirocinio con strutture pubbliche e private convenzionate. Nell'arco dei tre anni, e a integrazione dei vari insegnamenti, si organizzano inoltre seminari e conferenze tenute da imprenditori, manager privati e pubblici e professionisti che operano nel mondo della comunicazione e dell'informazione nazionale e internazionale. Il corpo docenti stimola gli studenti singolarmente, in gruppo, o attraverso le associazioni studentesche, a organizzare attività, conferenze e dibattiti a cui possano partecipare direttamente anche per sperimentare sul campo le nozioni apprese di logica negoziale e argomentativa, ma anche la capacità argomentativa in contesti di dialettica conflittuale.

Gli/le studenti/esse hanno infine la possibilità di svolgere tirocini curriculari presso aziende, organizzazioni e amministrazioni pubbliche, che permettono loro di sperimentare direttamente il contatto con il mondo del lavoro in vista della loro futura attività professionale. All'effettiva serietà e rilevanza formativa dei tirocini svolti dagli studenti nelle aziende e nelle istituzioni pubbliche, tutti i docenti del Corso di studio, e in particolare quelli che compongono la commissione tirocini, riservano sempre una grande attenzione.

Dentro un quadro formativo omogeneo, il Corso di laurea si suddividerà in profili formativi o curricula distinti che con un focus, da un lato, sulle relazioni pubbliche e la comunicazione istituzionale; dall'altro, sulla comunicazione e le tecnologie digitali:

- Nel primo caso, l'intenzione è quella di formare professionisti in grado di gestire i processi di relazione che imprese e organizzazioni pubbliche e private mantengono con i propri interlocutori a supporto delle vendite, per generare e gestire i brand, aumentare la visibilità e rafforzare la reputazione, ma anche per ottenere risultati in contesti negoziali sia connessi alle dinamiche di mercato che nei contesti di negoziazione politica in situazioni di stress sociale.

I nostri laureati saranno così in grado di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione, dalla pubblicità tradizionale, agli eventi, ai social media, necessari a interagire con clienti, partner commerciali e industriali, istituzioni, decisori pubblici, comunità locali, cittadini, giornalisti, media, influencer. Sono inoltre in grado di definire strategie e piani di comunicazione e valutarne i risultati.

Questo profilo formativo fornisce dunque un mix di competenze: gestione aziendale, marketing, organizzazione e diritto per comprendere il funzionamento delle aziende e delle organizzazioni pubbliche e private oltre a nozioni sociopsicologiche di logica negoziale e argomentativa e di analisi dell'opinione pubblica e delle pratiche di consumo.

Particolare attenzione viene inoltre dedicata allo sviluppo di: (1) competenze digitali necessarie nell'attuale contesto dei media; (2) padronanza dell'inglese; (3) abilità personali di comunicazione e argomentazione; (4) competenze interculturali; (5) Conoscenza del funzionamento delle organizzazioni complesse

La didattica è basata su una forte integrazione tra lezioni frontali, discussione di casi aziendali, esercitazioni e laboratori.

La docenza è svolta da professori universitari e da esperti provenienti dal mondo delle professioni.

L'obiettivo è formare laureati dotati di un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici nell'area dei processi culturali e della comunicazione organizzativa, finalizzati alla formazione di base di professionisti con competenze nei settori delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle organizzazioni non profit. Fornisce ai laureati strumenti per: a) analizzare i processi comunicativi e le tecniche di informazione, nonché adeguate competenze metodologiche per elaborarli e utilizzarli; b) operare nel campo della comunicazione e della pubblicità nelle imprese, nelle organizzazioni pubbliche e non profit, nonché nelle agenzie di comunicazione; c) comprendere il funzionamento delle organizzazioni pubbliche e private; d) operare in contesti internazionali grazie alla conoscenza del professional and business English.

I laureati svolgeranno attività professionali nelle agenzie pubblicitarie, nell'area marketing e comunicazione, nell'area delle relazioni pubbliche di aziende private nazionali e internazionali, della Pubblica Amministrazione e del non profit, e in ogni altro settore nel quale risulti centrale la comunicazione applicata alle organizzazioni.

- Nel secondo caso, l'obiettivo è quello di formare laureati in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, in grado di operare nell'area della digital communication, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale, con riferimento ai media mainstream e digitali (stampa, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, piattaforme web, blog, social).

Gli/le studenti/esse che scelgono questo percorso formativo devono dimostrare di possedere:

(1) conoscenze necessarie per operare nel campo della comunicazione digitale, con particolare riferimento alla multimedialità e alla cross-medialità; (2) consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico, storico, sociologico e politologico; (3) un'adeguata comprensione delle componenti economiche e giuridiche delle forme di comunicazione applicate al settore dei media digitali, con specifica attenzione ai diritti degli utenti online; (4) competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati; (5) abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività redazionali, per la produzione di testi per l'industria culturale e per la gestione e redazione di contenuti per i media digitali; abilità acquisite anche in specifici ambiti laboratoriali; (6) conoscenza dell'inglese per operare in contesti internazionali con proprietà di linguaggio e padronanza di scrittura, acquisita anche in specifici ambiti laboratoriali.

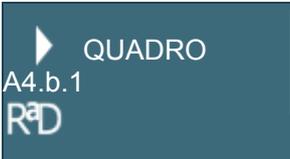
I laureati potranno svolgere compiti professionali: nei diversi ambiti dell'industria culturale, con riferimento ai media mainstream e digitali (stampa, editoria, cinema, radio, televisione, piattaforme web, blog, social); nel settore dei beni e consumi culturali (eventi, spettacoli, musica, moda, turismo). In particolare, potranno essere impegnati nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali; nell'area degli uffici stampa e del lavoro redazionale, della comunicazione pubblicitaria; della progettazione di contenuti audiovisivi e multimediali a valenza informativa, educativa e di intrattenimento.

Il corso viene erogato in modalità mista. Tale modalità consentirà agli studenti di acquisire padronanza nell'uso delle tecnologie digitali utili al conseguimento delle competenze proprie del Corso di laurea.

La didattica mista consentirà, inoltre, di migliorare la capacità di partecipazione al processo formativo da parte degli studenti e adeguare la struttura degli insegnamenti alle diverse esigenze della popolazione studentesca (studenti-lavoratori, studenti-fuori sede, studenti con disabilità). La didattica erogata a distanza sarà disponibile attraverso la piattaforma gestita dal Centro E-Learning di Ateneo (CEA).

La didattica in modalità e-learning verrà utilizzata nel maggior numero degli insegnamenti e nelle attività laboratoriali (laddove possibile).

L'esame finale di profitto della singola disciplina viene svolto esclusivamente in presenza secondo le modalità indicate nel Regolamento Didattico.

	<p>Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi</p>
---	---

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>Il Corso fornisce un'adeguata conoscenza delle scienze sociali applicate al mondo della comunicazione e dell'informazione, sia da un punto di vista teorico-concettuale che da un punto di vista storico, metodologico, tecnico e applicativo, collegando tra l'altro la sfera delle comunicazioni al più ampio quadro economico-sociale. Tali conoscenze di base saranno poi ampliate andando a inserire i processi comunicativi dentro una più ampia dimensione semiotica, economico-statistica e d'impresa, etno-antropologica, psico-pedagogica e territoriale. Ulteriori basi formative sono connesse alla dimensione sociopolitica e storico-politica, giuridica, storico-economica e geografico-territoriale. Le conoscenze e le capacità di comprensione saranno conseguite attraverso lezioni frontali (in presenza e on line), attività laboratoriali e seminari e saranno verificate tramite esami di profitto scritti e/o orali.</p>	
<p>Capacità di</p>		

**applicare
conoscenza e
comprensione**

Gli studenti acquisiscono competenze specifiche di tipo sociologico, economico-gestionale, semiotico, per elaborare criticamente tutti gli aspetti connessi al mondo della comunicazione moderna. A tali ambiti il Corso di Laurea fornisce un'attenzione particolare, dal momento che lo studio delle scienze della comunicazione, implica di per se uno sforzo interdisciplinare ed e', tranne rare eccezioni, assente dal percorso di formazione dello studente italiano proveniente dalle scuole medie superiori. Attraverso lo studio delle scienze sociali di base, soprattutto la sociologia generale, la sociologia dei processi culturali e comunicativi, ma anche la sociologia politica e del territorio, gli studenti acquisiranno competenze disciplinari che rappresentano il quadro concettuale di riferimento su cui articolare le ulteriori conoscenze relative al mondo delle comunicazioni e dei media. I settori di area sociologica sopra evidenziati rappresentano dunque il quadro teorico-disciplinare su cui gli studenti articoleranno le loro conoscenze ulteriori di area storica, psicologica, pedagogica economico-gestionale e di marketing del territorio, tecnico-statistico e informatico, semiotico e linguistico, fondamentali a fornire quelle competenze trasversali necessarie alla vita sociale e al mondo delle professioni in ambito comunicativo. Alla formazione concorrono dunque discipline storiche, economiche, antropologiche, pedagogiche giuridiche e politologiche che hanno l'obiettivo di collocare la comunicazione nei vari ambiti di vita sociale che possano intercettare la domanda di lavoro. Al contempo forniranno tutta una serie di conoscenze (talvolta competenze) trasversali (i cosiddetti soft skills) che saranno utili ai nostri laureati per orientarsi nel mondo delle professioni, rispondendo a una crescente domanda di esperti in scienze delle comunicazioni nel mondo del lavoro e all'interno di organizzazioni complesse, pubbliche o private. La lingua inglese e l'informatica rappresentano entrambe discipline in grado di fornire strumenti operativi e comunicativi indispensabili per la formazione culturale e l'acquisizione di competenze professionali nuove. L'obiettivo e' dunque quello di formare laureati triennali in grado di essere competitivi nel mondo delle professioni a livello nazionale, ma anche internazionale. Tali competenze saranno acquisite attraverso lezioni frontali in moduli didattici istituzionali o attraverso specifiche attività laboratoriali (in presenza e on line). In entrambi i casi, le conoscenze acquisite saranno verificate attraverso esami di profitto orali e/o scritti.

▶ **QUADRO**
A4.b.2

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

AREA SOCIOLOGICA

Conoscenza e comprensione

Il corso fornisce un'adeguata conoscenza della sociologia, dei suoi concetti e dei suoi approcci teorici e metodologici, per meglio inquadrare i fenomeni comunicativi dentro la dimensione sociale che è loro propria. Lo studio sociologico è infatti fondamentale per conoscere il sistema delle relazioni pubbliche, anche all'interno di organizzazioni complesse e in un contesto professionale, per sviluppare al meglio competenze, anche tecniche, inerenti la sfera delle comunicazioni pubbliche e sociali, anche attraverso le nuove tecnologie digitali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Gli studenti acquisiscono anzitutto competenze specifiche legate alle scienze sociali. A tale aspetto il corso di laurea fornisce una attenzione particolare, dal momento che lo studio della sociologia e delle discipline demo-antropologiche è, tranne rare eccezioni, assente dalla formazione dello studente italiano proveniente dalla scuola media superiore. Attraverso lo studio della sociologia generale e di alcune sociologie specifiche, gli studenti acquisiranno competenze disciplinari che rappresenteranno il quadro concettuale di riferimento su cui articolare le ulteriori acquisizioni. Gli insegnamenti sociologici sotto evidenziati rappresentano dunque il quadro disciplinare su cui lo studente articolerà le sue conoscenze ulteriori. Le capacità di applicare le conoscenze acquisite si realizza in sede d'esame (che potrà essere scritto e/o orale) e attraverso il coinvolgimento diretto degli studenti durante le attività didattiche anche responsabilizzandoli nella organizzazione di specifiche attività seminariali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE [url](#)

ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA [url](#)

LABORATORIO DI ANALISI DEI MEDIA DIGITALI [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE POLITICA [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE SOCIALE [url](#)

LABORATORIO DI ETNOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE ONLINE [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO [url](#)

SOCIOLOGIA DELL'INDUSTRIA CULTURALE [url](#)

SOCIOLOGIA POLITICA [url](#)

AREA MADIOLOGICA E DELLE SCIENZE UMANE

Conoscenza e comprensione

Seppur con differenze parziali legate alla definizione di due differenti curricula, la seguente area si concentra sull'approfondimento della dimensione mediologica e delle scienze umane in senso lato. Attraverso insegnamenti e laboratori specifici lo studente viene formato alle principali pratiche dialettiche, argomentative e negoziali necessarie a operare all'interno o per conto di organizzazioni complesse pubbliche o private. L'obiettivo è infatti quello di formare professionisti in grado di gestire i processi di relazione che imprese e organizzazioni pubbliche o private mantengono con i propri interlocutori a supporto delle vendite, per generare e gestire i brand, aumentare la visibilità e rafforzare la reputazione, ma anche per ottenere risultati in contesti negoziali sia connessi alle dinamiche di mercato che nei contesti di negoziazione politico-istituzionale in situazioni di stress sociale. Inoltre, lo studente viene formato anche, attraverso specifiche attività laboratoriali, alle teorie e pratiche delle nuove forme di comunicazione sociale e digitale. L'obiettivo è infatti quello di formare laureati in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, in grado di operare nell'area delle tecnologie digitali, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale e del web con riferimento agli ecosistemi comunicativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Pur nella differenza tra i due curricula, la logica che li guida è connessa alla necessità di fornire competenze teoriche e operative che forniscano allo studente capacità di analisi e utilizzo degli strumenti comunicativi e mediali in contesti sociali specifici. Gli apporti delle discipline specialistiche, supportate da una buona formazione anche pedagogica e comunicativa di base, oltre alla formazione interdisciplinare connessa ai due curricula, consentono allo studente di applicare le proprie competenze ai contesti sociali e professionali diversi. Le capacità di applicare le conoscenze acquisite si realizza in sede d'esame (che potrà essere scritto e/o orale) e attraverso il coinvolgimento diretto degli studenti durante le attività didattiche anche responsabilizzandoli nella organizzazione di specifiche attività seminariali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANTROPOLOGIA VISUALE E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI ANTROPOLOGIA VISUALE [url](#)

LABORATORIO DI MEDIA EDUCATION [url](#)

LABORATORIO DI PEDAGOGIA DEI MEDIA [url](#)

MEDIA EDUCATION [url](#)

PEDAGOGIA DEI MEDIA E DEI PROCESSI COMUNICATIVI [url](#)

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

SEMIOTICA DEI LINGUAGGI DIGITALI [url](#)

SOCIOLINGUISTICA [url](#)

AREA DELLE COMPETENZE METODOLOGICHE E LINGUISTICHE

Conoscenza e comprensione

Sono previste acquisizioni di specifiche competenze metodologiche il cui obiettivo prioritario è quello di fornire allo studente strumenti tecnici e operativi oltre che, in alcuni casi, di ricerca per l'applicazione di competenze comunicative. Tali strumenti non vengono però concepiti come sola acquisizione di tecniche, ma vengono supportati da un'attenta riflessione sul metodo, allo scopo di consentire allo studente una loro applicazione meditata e corredata dall'acquisizione delle competenze statistiche e informatiche necessarie alla ricerca sul campo. Anche l'inglese specialistico viene concepito in questo corso come uno strumento importante non solo di comunicazione dei diversi ambiti professionali nazionali e internazionali, ma anche e soprattutto come componente fondamentale di quella cassetta degli attrezzi metodologici necessaria a chiunque si voglia muovere con disinvoltura nel mondo delle scienze della comunicazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La riflessione teorica sul metodo, oltre all'acquisizione di tecniche, supportata dalle competenze statistiche e dalla conoscenza di un inglese professionale consente allo studente di definire, in relazione a obiettivi conoscitivi specifici, un'adeguata consapevolezza delle pratiche comunicative. Questi diversi aspetti vanno intesi sia come aspetti autonomi, legati a bisogni di natura conoscitiva, sia come elementi conoscitivi di base per predisporre interventi di natura operativa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI DATI E DATA MINING [url](#)

LABORATORIO DI GESTIONE ED ELABORAZIONE DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI [url](#)

LABORATORIO DI LOGICA E ARGOMENTAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI NEGOZIAZIONE E LOBBYING [url](#)

LABORATORIO DI WEB DESIGN [url](#)

WEB DESIGN [url](#)

AREA STORICO-SOCIALE, GIURIDICA ED ECONOMICA

Conoscenza e comprensione

La quarta area si basa su tutte quelle conoscenze di carattere storico-sociale, ma anche giuridico, economico e territoriale necessarie allo studente per inquadrare i fenomeni comunicativi dentro una cornice storico-giuridica, nazionale e internazionale, ma anche dentro un contesto territoriale necessario per chi volesse approfondire la dimensione della comunicazione e promozione dei territori. Al contempo, la dimensione organizzativa, gestionale ed economica è fondamentale per gli studenti di entrambi i curricula, ma soprattutto per chi volesse approfondire la dimensione delle relazioni pubbliche e istituzionali e della comunicazione d'impresa.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le capacità di applicare le conoscenze acquisite si realizza in sede d'esame (che potrà essere scritto e/o orale) e attraverso il coinvolgimento diretto degli studenti durante le attività didattiche, anche responsabilizzandoli, laddove possibile, nella organizzazione di specifiche attività seminariali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE D&E™IMPRESA E MARKETING [url](#)

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO NELLE AREE RURALI [url](#)

DIRITTO DELL&E™INFORMAZIONE [url](#)

DIRITTO INTERNAZIONALE [url](#)

ECONOMIA POLITICA [url](#)

STORIA DEL CAPITALISMO [url](#)

STORIA DELLE IDEOLOGIE E DEI MOVIMENTI POLITICI [url](#)

STORIA SOCIALE DEI MEDIA [url](#)

STRATEGIE E GOVERNO DELLE IMPRESE MEDIALI [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Il titolo finale di primo livello sarà conferito a studenti che abbiano sviluppato in modo adeguato sia la capacità di valutare le fonti informative, sia quella di acquisire e rielaborare dati al fine di una personale interpretazione, indispensabile per la formazione di un senso critico individuale, equilibrato e motivato. L'integrazione dei diversi saperi resa possibile dall'impianto interdisciplinare del profilo formativo (sociologia, storia, psicologia, pedagogia, informatica, geografia, economia, ecc.), comunque accomunate dalla volontà di orientarsi allo studio della comunicazione, costituisce una risorsa specifica che gli studenti del corso di laurea in Scienze della Comunicazione dovranno necessariamente acquisire. A tal fine, il Dipartimento, oltre a graduare nei tre anni di corso, moduli appartenenti ad aree disciplinari diverse, seppure complementari, prevede la creazione di specifici seminari transdisciplinari e Laboratori basati sul coinvolgimento, oltre che degli studenti, anche dei docenti e di esperti esterni.

La verifica dell'acquisizione di tali competenze, che avverrà costantemente nel corso del triennio attraverso le prove di esame, sarà effettuata anche sulla base della partecipazione dello studente alle altre attività garantite dal Dipartimento, della scelta dell'argomento da approfondire per la prova finale, oltre che dalla conseguente valutazione.

Abilità comunicative

Per un corso della classe L-20, più che per altri corsi di laurea, appare indispensabile l'acquisizione di abilità comunicative sia generali che specifiche. Il

titolo finale sara' infatti conferito a studenti che abbiano acquisito le conoscenze relative a questo campo di studio, ma che soprattutto siano in grado di tradurle e trasmetterle all'interno del loro futuro ambito lavorativo, valorizzando di fatto sia il piano della conoscenza della comunicazione che quello della comunicazione praticata e applicata. Tali capacita' saranno raggiunte attraverso la frequenza, in presenza e on line, e il superamento sia delle attività di base e caratterizzanti, sia di quelle affini, in particolare di quelle orientate allo sviluppo della capacita' di una corretta espressione argomentativa in relazione ai contenuti del campo di studio. La verifica avverra' principalmente attraverso le prove d'esame, valutazioni in itinere (per esempio attraverso specifici momenti seminariali che i docenti potranno attivare) e la valutazione della prova finale.

Capacità di apprendimento

Il titolo finale di primo livello sara' conferito a studenti che abbiano sviluppato una sufficiente capacita' di apprendimento autonomo, per intraprendere gli studi successivi o l'autoformazione e l'autoaggiornamento con un sufficiente grado di consapevolezza. L'acquisizione di tali competenze si strutturera' principalmente attraverso la scelta e la conseguente frequenza degli insegnamenti affini e delle attività a discrezione degli stessi studenti, che sono state inserite all'interno del percorso di formazione in modo da garantire la progressiva composizione di un percorso personalizzato all'interno di un quadro istituzionale ben riconoscibile. La verifica avverra' attraverso le prove di esame orali e/o scritte, la cui successione costituirà un ulteriore elemento indicativo ai fini della valutazione dell'autonomia dello studente.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

05/01/2021

La prova finale consiste nella presentazione da parte dello studente di un elaborato scritto, concordato con un docente (relatore) afferente al settore scientifico disciplinare presente nel percorso curriculare dello studente. La prova finale mira a valutare la capacita' dello studente di sviluppare un argomento tra quelli trattati nel corso degli studi, e/o di riflettere sull'esperienza di tirocinio, in direzione dell'accertamento del possesso di competenze teorico-pratiche coerenti con gli obiettivi specifici del Corso di Studi. Alla valutazione complessiva concorrono la media ponderata delle votazioni d'esame, il numero delle lodi, l'eventuale esperienza all'estero, l'eventuale conseguimento del titolo in corso, oltre al voto conseguito nella prova finale.



14/06/2022

La richiesta per sostenere l'esame di laurea deve essere presentata alla Segreteria Studenti secondo le modalità e i termini stabiliti dal Dipartimento.

La prova finale per il conferimento del titolo di studio consiste nella redazione di un elaborato scritto e nella relativa discussione, davanti ad un organo collegiale. L'elaborato deve trattare un argomento specifico, concernente una delle discipline, a scelta dello studente, ricompresa nel percorso formativo seguito dallo stesso.

Per essere ammesso all'esame di laurea lo studente deve:

aver superato gli esami di profitto per l'acquisizione di tutti i crediti previsti dal corso di studio;

aver effettuato il tirocinio presso una struttura universitaria o altri Enti pubblici o privati.

I dettagli relativi alla modalità di svolgimento della prova finale sono presenti nel regolamento tesi di laurea in allegato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento tesi



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico del corso di studio

Link: https://www.demet.unifg.it/sites/st04/files/2022-06/REGOLAMENTO%20def.%20L-20_FEB%202022.pdf

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.demet.unifg.it/studenti/lezioni-ed-esami/orario-delle-lezioni>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.demet.unifg.it/studenti/lezioni-ed-esami/calendario-degli-appelli-di-esame>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.demet.unifg.it/studenti/lezioni-ed-esami/calendari-didattici>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/01	Anno di	ECONOMIA POLITICA link	TESTA GIUSEPPINA CV	RU	8	48	

		corso 1						
2.	SPS/07	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA link			8		
3.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE link	GABALLO GIUSEPPE	RD	2	20	
4.	SPS/11	Anno di corso 1	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE POLITICA link	DE NARDIS FABIO	PO	2	20	
5.	SPS/08	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ETNOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE ONLINE link	GABALLO GIUSEPPE	RD	2	20	
6.	M- FIL/05	Anno di corso 1	LABORATORIO DI LOGICA E ARGOMENTAZIONE link	CASTORO CARMINE		2	20	
7.	M- FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA DEI LINGUAGGI DIGITALI link	CASTORO CARMINE		8	48	
8.	L- LIN/01	Anno di corso 1	SOCIOLINGUISTICA link	RICCIO ANNA	PA	8	48	
9.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA link	GABALLO GIUSEPPE	RD	8	48	
10.	SPS/11	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA POLITICA link	DE NARDIS FABIO	PO	8	48	
11.	M- STO/04	Anno di corso 1	STORIA SOCIALE DEI MEDIA link	SARACINO VITO		8	48	
12.	SECS- S/01	Anno di corso 2	ANALISI DEI DATI E DATA MINING link			8		

13.	M-DEA/01	Anno di corso 2	ANTROPOLOGIA VISUALE E DELLA COMUNICAZIONE link	8
14.	L-LIN/12	Anno di corso 2	BUSINESS ENGLISH link	8
15.	SECS-P/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE D'IMPRESA E MARKETING link	8
16.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE link	8
17.	IUS/01	Anno di corso 2	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE link	8
18.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI ANALISI DEI MEDIA DIGITALI link	2
19.	M-DEA/01	Anno di corso 2	LABORATORIO DI ANTROPOLOGIA VISUALE link	2
20.	SPS/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE SOCIALE link	2
21.	M-PED/04	Anno di corso 2	LABORATORIO DI GESTIONE ED ELABORAZIONE DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI link	2
22.	M-PED/04	Anno di corso 2	LABORATORIO DI MEDIA EDUCATION link	2
23.	SECS-P/08	Anno di corso 2	LABORATORIO DI NEGOZIAZIONE E LOBBYING link	2
24.	M-PED/03	Anno di	LABORATORIO DI PEDAGOGIA DEI MEDIA link	2

		corso 2						
25.	ING- INF/05	Anno di corso 2	LABORATORIO DI WEB DESIGN link				2	
26.	M- PED/04	Anno di corso 2	MEDIA EDUCATION link				8	
27.	M- PED/03	Anno di corso 2	PEDAGOGIA DEI MEDIA E DEI PROCESSI COMUNICATIVI link				8	
28.	SPS/08	Anno di corso 2	SOCIOLOGIA DELL'INDUSTRIA CULTURALE link				8	
29.	SPS/02	Anno di corso 2	STORIA DELLE IDEOLOGIE E DEI MOVIMENTI POLITICI link				8	
30.	ING- INF/05	Anno di corso 2	WEB DESIGN link				8	
31.	SECS- P/08	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE D'IMPRESA E MARKETING link				8	
32.	AGR/01	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO NELLE AREE RURALI link				8	
33.	IUS/13	Anno di corso 3	DIRITTO INTERNAZIONALE link	ZANIBONI EUGENIO CV	RU	8	48	
34.	M- GGR/02	Anno di corso 3	GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE link				8	
35.	M- PSI/01	Anno di corso 3	PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE link				8	

36.	SPS/10	Anno di corso 3	SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO link	8
37.	SECS-P/12	Anno di corso 3	STORIA DEL CAPITALISMO link	10
38.	SECS-P/07	Anno di corso 3	STRATEGIE E GOVERNO DELLE IMPRESE MEDIALI link	8

▶ QUADRO B4 | Aule

Link inserito: <https://www.demet.unifg.it/it/studenti/opportunita/aule-laboratori-spazi-lo-studio>

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <https://www.demet.unifg.it/it/studenti/opportunita/aule-laboratori-spazi-lo-studio>

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Link inserito: <https://www.demet.unifg.it/it/studenti/opportunita/aule-laboratori-spazi-lo-studio>

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Link inserito: <http://opac.unifg.it/SebinaOpac/library/Biblioteca%20di%20area%20Economico%20Giuridica/FOGU1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Descrizione delle biblioteche

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

Il Dipartimento di Economia Management e Territorio, attraverso le figure dei delegati all'orientamento, tutorato e placement, mette in atto una serie di iniziative a sostegno dello studente in tutte le fasi della sua esperienza formativa all'interno del CdS in Economia e Management.

In particolare, sono previste attività presso gli istituti di istruzione superiore di secondo grado quali:

- visite periodiche
- attività di integrazione
- open day
- comunicazione social
- diffusione di materiale informativo sul CdS

Durante il percorso di formazione è previsto un tirocinio curriculare obbligatorio, volto anche a favorire l'inserimento dello studente nel mondo del lavoro. Sono inoltre previsti career day e iniziative volte a favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro.

Anche grazie alla collaborazione con il comitato di indirizzo, si intende favorire la collaborazione con enti pubblici e privati per i quali ci sia corrispondenza e coerenza tra i bisogni occupazionali e le attività formative del CdS.

Oltre alle specifiche attività di orientamento e placement messe in atto dal CdS e dal Dipartimento di Economia, Management e Territorio, gli studenti del CdS hanno accesso a tutte le iniziative previste a livello di ateneo, tutto ciò per garantire il massimo coinvolgimento dello studente e per assicurare il maggior numero di occasioni che possano favorire il completamento del percorso di formazione e l'accompagnamento nel mondo del lavoro.

In particolare presso l'Ateneo di Foggia è stato attivato il Career Development Center, un centro di orientamento e accompagnamento alla carriera che supporterà gli studenti nella definizione e costruzione del proprio percorso formativo e dei propri obiettivi di carriera e che dunque progetta, coordina e pianifica strategie, strumenti e servizi altamente specializzati e personalizzati di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita per la costruzione di carriera.

L'Area Orientamento e placement con il supporto del Career development Center si è proposta di offrire servizi in entrata, in itinere e in uscita rivolta rispettivamente ai futuri studenti e a quelli già iscritti presso l'Università di Foggia.

In particolare, il Comitato di Ateneo per l'Orientamento e il Placement (C.O.P.A.) - (previsto dall'art. 2 del Regolamento di Ateneo per l'Orientamento e il Placement - Prot. n. 0012089 - I/3 del 01/04/2020 - Decreto del Rettore n. 445/2020), costituito dai Delegati Rettorali all'Orientamento e al Placement, dai Delegati all'Orientamento e al Placement di tutti i Dipartimenti, da una rappresentanza studentesca e dai referenti dell'Area Orientamento e Placement, ha intrapreso una politica generale di orientamento pre-universitario fondata sul rapporto diretto dell'Ateneo con i referenti dell'orientamento in uscita delle scuole secondarie di secondo grado del territorio, con l'obiettivo di realizzare incontri periodici tra esperti, docenti universitari e gli studenti delle scuole, per analizzare congiuntamente criteri ed iniziative che riducono le difficoltà nelle scelte degli studenti e nell'adattamento allo studio Universitario.

Per tutti i corsi di studi attivati presso il nostro Ateneo gli studenti degli II.SS. usufruiscono di un pacchetto di mini corsi somministrati in modalità on-line dal titolo MOOC (Massive Open Online Courses) sulle discipline di base, finalizzati anche alla preparazione del test d'ingresso delle lauree triennali e al superamento di eventuali debiti formativi (<http://elearning.unifg.it/>).

Link inserito: <https://www.unifg.it/it/studiare/orientamento/orientamento>

Il CdS attiva la figura del tutor disciplinare soprattutto per le materie fondamentali del primo anno. Si tratta di studenti che frequentano un corso di laurea magistrale, selezionati attraverso un bando, che possono accompagnare lo studente in difficoltà nello studio della disciplina.

Allo stesso modo, attraverso bandi pubblici rivolti a studenti iscritti a corsi di laurea magistrale, sono selezionati da una commissione nominata dal Dipartimento dei tutor informativi che possono aiutare le nuove matricole ad orientarsi nei servizi e nelle strutture offerte dal CdS.

Il Consiglio di Dipartimento nomina una commissione permanente per l'Orientamento e il Tutorato in itinere per fornire agli studenti iscritti un costante supporto sia informativo che per il superamento di eventuali ostacoli nel percorso universitario. Tutte le info su: <https://www.unifg.it/it/studiare/orientamento/orientamento>

La finalità principale del servizio di Orientamento e Tutorato è l'ottimizzazione del tasso di successo nella carriera universitaria dello studente e ridurre il rischio dell'abbandono (drop-out) e del fenomeno dei fuori corso.

All'interno dei vari Dipartimenti ogni anno, utilizzando il "Fondo sostegno giovani", per l'incentivazione delle attività di tutorato e per le attività didattico-integrative, propedeutiche e di recupero, di provenienza Ministeriale vengono selezionati attraverso bandi in concerto con i Dipartimenti, dei tutor informativi e dei tutor disciplinari. I tutor sono studenti delle specialistiche o dottorandi che, i docenti, selezionano tenendo conto dei meriti (voto di laurea e di media esami, laurea in corso) e di un colloquio. L'attività dei tutor informativi è finalizzata a:

- orientare ed assistere gli studenti;
- raccogliere e gestire dati e questionari;
- fornire supporto specifico ai Corsi di studio più bisognosi di sostegno secondo le indicazioni del C.O.A.T.;
- rendere gli studenti co-protagonisti del processo formativo;
- rimuovere eventuali ostacoli all'apprendimento delle materie di esame, fornendo un metodo di studio a quanti ne fossero sprovvisti/carenti;
- rimuovere eventuali ostacoli per una proficua frequenza dei corsi e una attiva partecipazione a tutte le attività formative, anche mediante iniziative adeguate alle necessità attitudinali e alle esigenze dei singoli corsi di insegnamento;
- svolgere eventuali altre attività di orientamento e tutorato secondo le indicazioni del C.O.A.T. fino ad un massimo del 25% del monte ore complessivo;
- svolgere attività di supporto all'orientamento e al placement.

L'attività dei tutor disciplinari riguarda alcune materie precedentemente individuate dai Dipartimenti ed è finalizzata a:

- orientare ed assistere gli studenti;
- rimuovere eventuali ostacoli all'apprendimento della disciplina o SSD per il quale è stato selezionato, fornendo un metodo di studio a quanti ne fossero sprovvisti/carenti;
- rimuovere eventuali ostacoli per una proficua frequenza dei corsi e una attiva partecipazione a tutte le attività formative, anche mediante iniziative adeguate alle necessità attitudinali e alle esigenze dei singoli corsi di insegnamento;
- svolgere eventuali altre attività di tutorato disciplinare secondo le indicazioni del C.O.A.T. o dei delegati di Dipartimento all'orientamento, tutorato e placement.

Sono offerti, altresì, servizi di sostegno all'apprendimento quali: Laboratorio di Bilancio di competenze, Circolo dei tesisti a cui si affiancano i servizi di Tutorato metacognitivo (relativo all'acquisizione delle abilità di studio) sia face-to-face che on-line.

Il servizio di Bilancio delle Competenze è un servizio di orientamento personalizzato che offre allo studente la possibilità di sviluppare ed esercitare competenze di riflessività personale e professionale. Il laboratorio di Bilancio delle Competenze è aperto a tutti gli studenti ed offre un servizio gratuito di consulenza al fine di sostenere lo studente durante il suo percorso di studi e nella costruzione di competenze trasversali cruciali per il successo della propria carriera studentesca: auto motivazione, self-efficacy, time-management, team working. <http://www.unifg.it/didattica/orientamento-e-tutorato/il-bilancio-delle-competenze>

Un'importante funzione è svolta dal tutorato per gli studenti diversamente abili cui è data la possibilità di fare richiesta di un tutor alla pari, uno studente che può offrire aiuto e sostegno, sia disciplinare che relazionale. Il Tutorato alla Pari è in sostanza un supporto individuale da parte di studenti dell'Ateneo (e specificatamente del Dipartimento e dei singoli corsi di laurea) a favore di propri colleghi portatori di disabilità. La preziosa iniziativa mira a eliminare o ridurre gli ostacoli che i diversamente abili possono incontrare durante l'iter universitario e il percorso formativo prescelto. Le prestazioni del tutorato vengono individuate sulla base delle specifiche esigenze dei richiedenti e possono consistere in diverse attività: supporto in aula per la redazioni di appunti, per l'interazione con docenti o colleghi di corso e nell'aiuto concreto finalizzato allo studio individuale.

Inoltre, l'Area Orientamento e Placement per supportare gli studenti ha attivato un servizio denominato "SOS esami".

Questo servizio, ha l'obiettivo di supportare gli studenti in difficoltà, durante il loro percorso formativo, al fine di ridurre il numero degli studenti fuori corso, portando gli stessi a concludere entro i termini il loro percorso di studi. Nella fattispecie, il servizio "SOS esami", rientra fra le attività di orientamento in itinere di natura istituzionale svolta sistematicamente per ciascun insegnamento erogato dall'Ateneo per:

- RIDURRE la durata effettiva del corso di studi e il tasso di abbandono;
- SUPPORTARE gli studenti durante lo svolgimento dell'intera carriera universitaria;
- FORNIRE informazioni e sostegno per effettuare passaggi di corso e su corsi e seminari accreditati dai Dipartimenti;
- GUIDARE gli studenti verso il conseguimento del titolo accademico fornendo loro gli strumenti necessari per accedere al mercato del lavoro;
- FAVORIRE l'inserimento e/o il superamento di problemi legati alla vita universitaria e alla difficoltà di disagio che incontra lo studente;

- AGEVOLARE i rapporti con i docenti;
- PROMUOVERE attività di supporto nello studio per migliorare la qualità dell'apprendimento, anche mediante corsi sulle metodologie di studio.

Prenotando (senza la necessità di indicare la motivazione) uno spazio di ascolto, si avrà modo di incontrare un tutor con il quale, attraverso un confronto aperto, si potranno sperimentare strategie di studio efficaci, organizzare i tempi di studio e calendarizzare gli esami in modo proficuo.

Per attivare il servizio "SOS esami" basta inviare una e-mail alla casella di posta elettronica: orientamento@unifg.it.

Link inserito: <https://www.unifg.it/it/studiare/orientamento/orientamento>

▶ QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

Durante il percorso di formazione è previsto un tirocinio curriculare obbligatorio, volto anche a favorire l'inserimento dello studente nel mondo del lavoro. Sono inoltre previsti career day e iniziative (vedi il Salone del Lavoro organizzato da UniFG) volte a favorire l'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro. 14/06/2022

Anche grazie alla collaborazione con il comitato di indirizzo, si intende favorire la collaborazione con enti pubblici e privati per i quali ci sia corrispondenza e coerenza tra i bisogni occupazionali e le attività formative del CdS.

L'esperienza formativa del tirocinio curriculare consente allo studente di verificare, in un ambiente reale di lavoro, quanto appreso nel corso dei suoi studi, ed è diretta ad aprire, in prospettiva, spazi ad un possibile inserimento occupazionale, assicurando riscontri oggettivi e favorendo ulteriori acquisizioni multidisciplinari. Il tirocinio curriculare è pertanto anche 'orientativo'. Attraverso il tirocinio si completa il percorso formativo attraverso un'integrazione delle conoscenze universitarie (sia teoriche, sia empiriche) e delle competenze tecnico-professionali maturate 'sul campo'. Gli studenti dovranno accertarsi che il progetto formativo sia in linea con gli insegnamenti previsti dal piano di studi.

L'ufficio Stage e Tirocini dei Dipartimenti di Area Economica fornisce il supporto completo allo studente nella fase iniziale, in itinere e finale dell'esperienza di tirocinio all'esterno.

Ufficio Tirocinio:

Via Caggese, 1 - 71121 Foggia. - Piano terra, seconda stanza a destra
0881-781748

Responsabile: Massimo Carella - massimo.carella@unifg.it

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti



In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

L'internazionalizzazione è un punto chiave del progetto formativo del CdS e viene posta particolare attenzione a promuovere, in accordo con il Referente di Dipartimento e degli Uffici di Ateneo per l'Erasmus, l'internazionalizzazione della didattica attraverso l'ampliamento dei protocolli Erasmus con Dipartimenti universitari e Centri di Ricerca all'estero. L'accoglienza degli studenti incoming verrà svolta dal Coordinatore Erasmus del Dipartimento, dai tutor e dai docenti dei corsi prescelti dagli studenti ospiti.

L'università di Foggia conta circa 1000 accordi bilaterali per mobilità Erasmus. Tutte le Università, dopo la fase delle nomination (pre-iscrizione dello studente), inviano ai nostri studenti, tramite email, un pacchetto di informazioni relativo all'offerta formativa, alla procedura di iscrizione, all'accommodation (se offerta), e al mentor messo a disposizione. All'arrivo, dopo la fase di registrazione, gli studenti possono iniziare le loro attività. Durante la fase di permanenza il Servizio Relazioni Internazionali continua ad interagire con gli studenti principalmente tramite email. Il grado di soddisfazione degli studenti, relativamente all'accoglienza e alla permanenza nell'università ospitante, è ottimo. Alla fine della mobilità, le Università estere rilasciano il Transcript of records in tempi brevi, consentendo il pieno riconoscimento dei risultati ottenuti.

Prima dell'emanazione del bando di selezione, il Servizio Relazioni Internazionali organizza una serie di giornate informative sulla mobilità Erasmus (Info Day Erasmus), presso ciascun Dipartimento della nostra università. Le giornate informative raccolgono sempre un'ampia partecipazione degli studenti che saranno i futuri candidati al bando di mobilità. Dopo la selezione, lo studente prende contatti con il Delegato Erasmus del Dipartimento a cui afferisce per la formulazione del Learning Agreement (piano di studio da svolgere all'estero). A tutti gli studenti è garantito il pieno riconoscimento delle attività concordate prima della partenza. I Delegati di Dipartimento, tramite appuntamenti dedicati, supportano gli studenti nella scelta degli esami da sostenere all'estero. Piccole differenze di programma ed ECTS tra i corsi italiani ed i corsi offerti dalle università partner, sono tollerate, consentendo agli studenti una più ampia scelta relativamente all'offerta formativa dell'università ospitante. Lo studente, una volta completato il Learning Agreement, è convocato dal Servizio Relazioni Internazionali per l'iscrizione all'università estera (application form). Il Servizio gestisce tutte le fasi della mobilità assistendo lo studente e riducendo così il rischio di errore da parte dello stesso. Prima della partenza tutti gli studenti vengono convocati per la firma del contratto studente/istituto. L'Università liquida il 100% della borsa a tutti gli studenti prima della partenza.

L'università di Foggia organizza tramite il proprio Centro Linguistico di Ateneo numerosi corsi di lingua gratuiti (inglese, francese, tedesco, spagnolo) con riserva dei posti per gli studenti selezionati per la mobilità Erasmus. Durante le giornate informative organizzate prima della partenza, gli studenti hanno la possibilità di incontrare i colleghi studenti che hanno già svolto l'Erasmus ed avere consigli sui piani di studio, accommodation, trasporti etc. delle sedi ospitanti.

Per i tirocini all'estero, prima della partenza, e di concerto con i beneficiari, si procede all'organizzazione degli aspetti logistici della mobilità. La gestione amministrativa e finanziaria interessa la definizione del piano di lavoro, la determinazione delle scadenze, la pianificazione delle attività e modalità di realizzazione delle stesse, il coordinamento del partenariato nazionale ed internazionale, la predisposizione di contratti, il Learning Agreement for Traineeships, i pagamenti, il controllo sul buon andamento e sulla realizzazione delle attività progettuali. Ogni iniziativa è quotidianamente monitorata e gestita tramite contatti telefonici e telematici. Per quanto riguarda l'organizzazione del viaggio e la ricerca dell'alloggio, la maggior parte dei beneficiari preferisce scegliere autonomamente in base alle proprie esigenze. Inoltre, sono state create piattaforme di comunicazione tra i tirocinanti già presenti in un determinato paese e i ragazzi in partenza per la stessa località, al fine di facilitare l'integrazione nel paese di destinazione. L'Università provvede alla copertura assicurativa dei propri beneficiari.

UNIFG garantisce supporto pieno ai tirocinanti prima, durante e dopo la partenza. Il programma di tirocinio è concordato prima della partenza di ogni tirocinante tra l'Università e l'ente ospitante, tenendo conto del profilo del candidato e delle sue esigenze, capacità e competenze. Nello specifico, la procedura seguita è la seguente:

- invio del curriculum e della lettera motivazionale del candidato al possibile ente ospitante, a seconda del settore professionale di riferimento;
- valutazione da parte dell'ente ospitante del dossier pervenuto; a volte, i referenti aziendali ritengono opportuno effettuare un colloquio telefonico o via skype con i candidati per accertarne le competenze linguistiche e la motivazione;
- definizione del programma di tirocinio con descrizione delle mansioni e del piano degli obiettivi formativi da raggiungere;
- invio del Learning Agreement for Traineeships da parte dell'Università al candidato via e-mail, per presa visione;
- sottoscrizione del Learning Agreement for Traineeships in originale da parte dell'UniFg, del tirocinante e del referente dell'ente ospitante.

La preparazione accurata di un piano di tirocinio prima della partenza contribuisce a garantire il pieno riconoscimento dei tirocini svolti all'estero come attività formative curriculari ed extracurriculari dei partecipanti che possono così arricchire, sia in termini quantitativi (Cfu) che qualitativi, la loro carriera universitaria. Gli enti ospitanti rilasciano ai beneficiari un attestato finale (Transcript of work), certificando le attività svolte durante il tirocinio, le ore di tirocinio e il livello di crescita

professionale raggiunto alla fine del percorso formativo.

Per quanto riguarda la preparazione linguistica, nella maggior parte dei casi questa è svolta direttamente nel paese ospitante, dove il tirocinante ha il vantaggio di beneficiare di una formazione in lingua madre e di scegliere il livello di corso più adeguato alle proprie esigenze formative.

Il tutorato Erasmus, che garantisce supporto agli studenti Erasmus, è svolto dall'associazione studentesca ESN (principalmente costituita da ex studenti Erasmus). Il tutor svolge i seguenti compiti:

- orientamento per gli studenti in uscita (informazioni sui bandi di mobilità, reperimento informazioni sulla sede di destinazione, procedure di registrazione presso l'Università straniera, assistenza nel corso del soggiorno e rientro);
- supporto nell'organizzazione di riunioni informative per gli studenti in entrata e in uscita, nella preparazione di materiale informativo per gli studenti in entrata e in uscita;
- orientamento e assistenza agli studenti internazionali e di scambio in entrata: assistenza alla consultazione dell'offerta formativa;
- supporto nella compilazione del piano di studio, all'uso dei servizi di Ateneo, all'inserimento nella vita universitaria.

L'interesse per la mobilità internazionale da parte degli studenti è dimostrata dalla partecipazione degli studenti alla Giornata dedicata alla mobilità internazionale (00 studenti circa considerando tutti i Dipartimenti).

A decorrere dall'Anno Accademico 2020/21, l'Area Relazioni Internazionali, in linea con il piano di programmazione delle attività internazionali dell'Ateneo,

ha inteso potenziare la possibilità di svolgere periodi di mobilità didattico-formativa all'estero, anche mediante il sostegno di studenti

particolarmente meritevoli nello svolgimento dell'attività di ricerca tesi presso prestigiosi istituti di ricerca (Università, Enti e Centri di Ricerca) e

realità produttive (aziende, imprese...etc.) in Paesi extra UE.

La mobilità, per un minimo di due mesi, è supportata dai finanziamenti di Ateneo con borse fino ad €. 4100. Il Bando è previsto ad inizio Anno Accademico.

Sono attualmente in studio nuove azioni per la promozione di accordi internazionali che sostengano la mobilità sia outgoing che incoming: su questa linea si collocano anche le numerose partnership di ricerca e collaborazione (Memorandum of Understanding) con le molteplici università straniere.

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Bulgaria	UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY		01/10/2021	solo italiano
2	Croazia	UNIVERSITY COLLEGE OF MANAGEMENT AND DESIGN ASPIRA		01/10/2021	solo italiano
3	Francia	UNIVERSITY DE CAEN NORMANDIA		01/10/2021	solo italiano



QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Oltre alle specifiche attività di orientamento e placement messe in atto dal CdS e dal Dipartimento di Economia, Management e Territorio, gli studenti del CdS hanno accesso a tutte le iniziative previste a livello di ateneo, tutto ciò per garantire il massimo coinvolgimento dello studente e per assicurare il maggior numero di occasioni che possano favorire il completamento del percorso di formazione e l'accompagnamento nel mondo del lavoro.

In particolare, presso l'Ateneo di Foggia è stato attivato il Career Development Center, un centro di orientamento e accompagnamento alla carriera che supporterà gli studenti nella definizione e costruzione del proprio percorso formativo e

14/06/2022

dei propri obiettivi di carriera e che dunque progetta, coordina e pianifica strategie, strumenti e servizi altamente specializzati e personalizzati di orientamento in ingresso, in itinere e in uscita per la costruzione di carriera. L'Area Orientamento e placement con il supporto del Career development Center si è proposta di offrire servizi in entrata, in itinere e in uscita rivolta rispettivamente ai futuri studenti e a quelli già iscritti presso l'Università di Foggia. In particolare, il Comitato di Ateneo per l'Orientamento e il Placement (C.O.P.A.) - (previsto dall'art. 2 del Regolamento di Ateneo per l'Orientamento e il Placement - Prot. n. 0012089 - I/3 del 01/04/2020 - Decreto del Rettore n. 445/2020), costituito dai Delegati Rettorali all'Orientamento e al Placement, dai Delegati all'Orientamento e al Placement di tutti i Dipartimenti, da una rappresentanza studentesca e dai referenti dell'Area Orientamento e Placement, ha intrapreso una politica generale di orientamento pre-universitario fondata sul rapporto diretto dell'Ateneo con i referenti dell'orientamento in uscita delle scuole secondarie di secondo grado del territorio, con l'obiettivo di realizzare incontri periodici tra esperti, docenti universitari e gli studenti delle scuole, per analizzare congiuntamente criteri ed iniziative che riducono le difficoltà nelle scelte degli studenti e nell'adattamento allo studio Universitario.



QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Il dipartimento DEMeT aderisce al progetto PCTO "percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento", per favorire i rapporti con gli istituti di istruzione superiore. 13/06/2022

Il dipartimento DEMeT aderisce al progetto LICEO MATEMATICO. Il progetto didattico Liceo Matematico è stato promosso dall'Università di Salerno; si è quindi diffuso prima nel Lazio e in Piemonte e poi in tutta Italia. Il progetto coinvolge ormai circa 100 scuole superiori.



QUADRO B6

Opinioni studenti

Il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali è di nuova istituzione, attivato nell'a.a. 2021-2022, per cui sono disponibili i questionari della didattica dei corsi del primo anno tenuti nel I e II semestre. 08/09/2022

Il Gruppo di Assicurazione della Qualità (GAQ) del CdS monitora i risultati dell'indagine sulle opinioni degli studenti attraverso i questionari della didattica compilati dagli studenti nel Primo e Secondo Semestre. Il GAQ passa all'analisi dei risultati delle opinioni degli studenti, al fine di identificare e recepire i problemi e le criticità evidenziate dagli studenti, adottare opportune azioni per la loro soluzione, coerenti con le risorse disponibili, e individuare le responsabilità per la loro attuazione.

A tal fine, per ogni insegnamento, vengono presi in considerazione i dati a diversi livelli di aggregazione secondo la reportistica disponibile sulla piattaforma Pentaho di seguito indicata:

- Report 001 – sintesi valutazione corso di studi (studenti frequentanti);
- Report 002 – sintesi valutazione corso di studi (studenti non frequentanti);
- Report 003 – sintesi valutazione per docente e per singola domanda (studenti frequentanti);
- Report 004 – sintesi valutazione per docente e per singola domanda (studenti non frequentanti)
- Report 005 – valutazione modulo, corso e dipartimento (studenti frequentanti);
- Report 006 – valutazione modulo, corso e dipartimento (studenti non frequentanti);
- Report 007 – valutazione docente per presidente di corso (studenti frequentanti);
- Report 008 – valutazione docente per presidente di corso (studenti non frequentanti);
- Report 009 – suggerimenti (studenti frequentanti);
- Report 010 – suggerimenti (studenti non frequentanti).

L'analisi dei questionari della didattica relativa ai singoli insegnamenti non ha evidenziato criticità con valutazioni complessive che vanno da un minimo di 3,27/4,00 ad un massimo di 3,83/4,00 ossia oltre le soglie minime previste dal Presidio di Qualità, pertanto non sono presenti criticità da segnalare.

Si registra una media voto più bassa per la voce "Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?", probabilmente a causa della didattica a distanza nell'ultimo anno della scuola secondaria superiore. Il GAQ intende verificare se per il prossimo anno la situazione persiste. Si analizza anche la valutazione complessiva del CdS relativamente al I e II semestre dal quale si evince la stessa analisi dei corsi singoli in termini qualitativi. Hanno complessivamente risposto 218 studenti con una valutazione media pari a 3,58/4,00.

Anche dal questionario complessivo del CdS emerge la criticità già esposta in precedenza, infatti relativamente al quesito "Le conoscenze preliminari possedute sono risultate sufficienti per la comprensione degli argomenti previsti nel programma d'esame?" si registra un 79,82% di risposte positive su totale, mentre per tutte le altre voci tale valore è sempre superiore al 89% con punte del 95,89%. Come in precedenza tale situazione necessita di un monitoraggio per il prossimo anno.

Possono aiutare a risolvere questa criticità le azioni di tutorato didattico a supporto degli studenti del primo anno nelle discipline considerate "scoglio".

Si suggerisce inoltre che all'inizio delle lezioni di ogni insegnamento venga somministrato un "test di ingresso" con lo scopo di verificare il livello di preparazione iniziale in modo da calibrare la didattica sulla base dei risultati e risolvere le lacune evidenziate. Naturalmente questo strumento non contribuisce alla valutazione finale dello studente.

Oltre alla classica modalità di rilevazione delle opinioni sulle attività formative, il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali ha messo a disposizione un docente per un confronto diretto con gli studenti sia per formali alla corretta compilazione e interpretazione dei questionari e dei relativi quesiti sia per evidenziare ulteriori problemi, formulare osservazioni e suggerimenti, avanzare reclami sul processo formativo nel suo complesso e i cui risultati sono sintetizzati nell'allegato "ALLEGATO A - Relazione orientamento alla valutazione". A tal proposito si sottolinea l'importanza di una strategia da parte del corpo docente che crei situazioni e comportamenti maggiormente empatici nei confronti degli studenti, spesso – a loro dire – reticenti a rapportarsi serenamente con il singolo titolare del corso sia per ottenere maggiori delucidazioni su contenuti e metodo didattici sia per avere chiarimenti sull'organizzazione del corso.

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali è di nuova istituzione, attivato nell'a.a. 2021-2022, ^{08/09/2022} pertanto non vi sono laureati.



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali è di nuova istituzione, attivato nell'a.a. 2021-2022, ^{08/09/2022} pertanto sono disponibili i dati relativi alle sole matricole 2021-2022.

In termini di immatricolazioni, il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali ha registrato un buon risultato con 84 iscritti (dati al 20 giugno 2022) con una netta prevalenza nella scelta dell'indirizzo "Comunicazione e Tecnologie Digitali" (circa l'80% delle immatricolazioni) rispetto a "Relazioni Pubbliche e Comunicazione Istituzionale" e di studenti provenienti dalla provincia di Foggia rispetto ad altre province della Puglia.

Per aumentare il numero di iscritti il GAQ prospetta la creazione di un solido partenariato con il territorio, reclutando nel percorso didattico e formativo aziende capaci di dialogare con il CdS e di accogliere i nostri studenti inserendoli nel mercato del lavoro.

Per il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche E Tecnologie Digitali non sono ancora disponibili ulteriori dati nella scheda di indicatori per il monitoraggio annuale dei corsi di studio accessibile accedendo alla Scheda SUA-CdS 2020 nella relativa Banca dati.

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

Il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie Digitali è un corso di nuova istituzione, attivato nell'a.a. 2021-2022, ^{12/09/2022} pertanto non vi sono laureati.

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Il CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie Digitali è un corso di nuova istituzione, attivato nell'a.a. 2021-2022, ^{12/09/2022} pertanto non vi sono ancora tirocini svolti perché previsti al terzo anno di corso.



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

14/06/2022

Come dichiarato nello Statuto, l'Università di Foggia promuove l'alta qualità delle proprie attività, sia nella didattica che nella ricerca scientifica, e persegue questo obiettivo valutandone il conseguimento.

L'Università di Foggia, infatti, in coerenza con quanto previsto dalle disposizioni ministeriali in tema di Autovalutazione, Valutazione e Accreditamento del Sistema Universitario Italiano e con quanto indicato nei documenti ANVUR in materia, pianifica e gestisce i processi formativi e di ricerca ispirandosi alla logica del miglioramento continuo.

Per realizzare tale obiettivo, gli Organi di governo attuano la pianificazione strategica integrandola con un sistema di assicurazione della qualità attraverso il quale individuano attori, funzioni e responsabilità.

Le responsabilità nella Assicurazione della Qualità sono collegate a quelle politiche e quindi spettano principalmente al Rettore a livello di Ateneo, in quanto ne presiede gli Organi di Governo, al Direttore per il Dipartimento e al Coordinatore per il Corso di Studio.

La politica per la qualità è deliberata dagli Organi di Ateneo e viene attuata e garantita da una funzione consultiva, svolta dal Presidio della Qualità (PQA), ed una attività di valutazione, realizzata prevalentemente ex-post, da parte del Nucleo di Valutazione.

Le funzioni, i compiti e le responsabilità degli Organi (Rettore, Consiglio di Amministrazione, Senato Accademico, Nucleo di Valutazione, Direttore Generale) e delle Strutture (Dipartimenti, Facoltà, Corsi di studio, etc) dell'Ateneo sono definite nello specifico nello Statuto, mentre quelle del PQA nel suo Regolamento di funzionamento. Ulteriori specifiche funzioni, compiti e responsabilità, in particolare del Nucleo di Valutazione e delle Commissioni Paritetiche docenti- studenti, sono anche definite nel decreto AVA e nei documenti ANVUR.

La struttura organizzativa e le responsabilità per l'AiQ a livello di Ateneo sono descritte in allegato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

14/06/2022

Il CdS adotta e rende operative le linee guida e le politiche di Ateneo per l'Assicurazione della qualità dei corsi di studio così come presenti al seguente link:

<https://www.unifg.it/it/ateneo/identita-e-storia/assicurazione-della-qualita>

- Il Consiglio di Dipartimento svolge un ruolo di ratifica/approvazione del Rapporto di Riesame relativamente ai contenuti accademici. Approva le azioni correttive e di miglioramento rispetto ad eventuali criticità rilevate. Mette a disposizione del CdS le risorse necessarie per l'attuazione delle azioni correttive e per il perseguimento degli obiettivi di qualità della didattica.

- Il Coordinatore di CdS è responsabile del CdS e della pianificazione delle azioni di miglioramento contenute nel Rapporto del Riesame e approvate dal Consiglio di Dipartimento. Assicura lo svolgimento delle attività del processo AVA nei modi e nei tempi indicati dal PQA per il corretto rispetto delle fasi del processo stesso. È responsabile della stesura della SUA-CdS in tutte le sue sezioni, del RAR e del RCR. Interviene per analizzare e risolvere le criticità di singoli insegnamenti insieme ai docenti interessati. Assicura la trasmissione del Rapporto del Riesame agli uffici amministrativi e al PQA, tramite le strutture didattiche di supporto di Ateneo e di Dipartimento. Interviene prontamente per risolvere le criticità che gli vengono segnalate dal CdS nel corso dell'anno accademico. È garante dell'Assicurazione della Qualità del CdS

- Il Consiglio di Corso di Studio (sostituito dal Consiglio di Dipartimento) adotta ogni deliberazione necessaria per il buon

funzionamento dell'attività didattica del curriculum o dei curricula corrispondenti. In particolare, il consiglio di corso di studio, ove costituito:

- a) approva l'ordinamento e il regolamento del corso di studio;
- b) coordina gli insegnamenti e i relativi programmi al fine di realizzare coerenti percorsi formativi;
- c) determina annualmente la necessità di attività di docenza e avanza al dipartimento le relative richieste di assegnazione;
- d) propone agli organi competenti l'eventuale stipula di contratti per lo svolgimento di attività di insegnamento e di attività didattiche integrative;
- e) determina gli obblighi di frequenza e le relative modalità di accertamento;
- f) organizza il servizio di tutorato;
- g) disciplina le prove di valutazione della preparazione conseguita dagli studenti e designa le relative commissioni;
- h) delibera in ordine alle istanze di abbreviazione degli studi presentate da studenti provenienti da altri corsi universitari;
- i) programma annualmente l'orario delle lezioni e delle altre attività didattiche;
- j) formula proposte ed esprime pareri nei casi previsti dalla normativa vigente.
- l) Approva la revisione della Scheda SUA-CdS
- m) Approva il Rapporto di Riesame

- La Commissione Paritetica è istituita, secondo quanto stabilito dal regolamento didattico di ateneo, una commissione didattica paritetica, composta da docenti e studenti. È unica per tutti i CdS che afferiscono ad un Dipartimento. Entro il 31 dicembre di ogni anno redige una relazione secondo quanto previsto dall'Allegato V del documento AVA dell'ANVUR e la trasmette ai Presidenti/Coordinatori del CdS afferenti al Dipartimento, al Direttore di Dipartimento, al Presidio della Qualità di Ateneo e al Nucleo di Valutazione dell'Ateneo, per la successiva trasmissione all'ANVUR.

- Il Coordinatore AQ di Dipartimento è il docente membro del PQA assume la funzione di coordinamento dei processi necessari per il sistema di assicurazione della qualità dei CdS del Dipartimento.

- Il Gruppo di Assicurazione della Qualità garantisce la corretta compilazione della scheda SUA-CdS tenendo presente le informazioni previste nel Rapporto annuale di Riesame. Assicura lo svolgimento delle azioni del processo di qualità in relazione alla definizione della domanda di formazione. Provvede alla stesura del Rapporto di Riesame e all'individuazione di azioni di miglioramento, sia su base annuale che pluriennale rilevando: i dati relativi ai risultati delle attività didattiche del CdS; le schede dell'opinione degli studenti, dei laureati, dei docenti e degli enti e delle imprese presso i quali gli studenti effettuano stage o tirocini; il recepimento degli obiettivi della qualità della didattica definiti dagli Organi di Governo; i suggerimenti formulati dal NdV e della CPDS; la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza

- Il Responsabile AQ di Dipartimento gestisce la documentazione; monitora la correttezza della compilazione dei documenti; garantisce il flusso di informazioni da e verso il Presidio della Qualità e gli Uffici Amministrativi; monitora le scadenze.

Gli studenti sono rappresentati in tutte le commissioni.

Con cadenza almeno annuale e soprattutto in concomitanza con la redazione del Rapporto annuale di Riesame il CdS incontra le parti interessate consultate in fase di programmazione ed in particolare il Comitato di Indirizzo. Ciascun Comitato di indirizzo, costituito a livello di CdS è composto dal Coordinatore del CdS e almeno tre soggetti esterni all'Ateneo, individuati autonomamente dal Dipartimento e rappresentanti delle parti economiche e sociali a livello regionale, nazionale e internazionale. Almeno un membro del Comitato di indirizzo deve essere invitato durante le riunioni del gruppo di AQ del Corso di studio, in particolare durante la redazione dei rapporti di riesame. Il Comitato di indirizzo ha funzione consultiva ma anche progettuale, di controllo e di verifica su aspetti riguardanti:

- il processo di consultazione delle Parti Interessate (PI),
- il potenziamento dei rapporti con le PI,
- il coordinamento tra Università e sistema socio-economico,
- il miglioramento della comunicazione dell'offerta formativa dell'Ateneo,
- la gestione delle informazioni di ritorno da laureati e datori di lavoro,
- la raccolta di elenchi di aziende e gestione dei tirocini,
- le proposte di definizione e progettazione dell'offerta formativa anche in relazione ai cicli di studio successivi,
- le proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento.

Link inserito: <https://www.unifg.it/it/ateneo/identita-e-storia/assicurazione-della-qualita>



Il Gruppo di Assicurazione della Qualità del CdS in Economia e Management, seguendo le indicazioni fornite dal Presidio di Qualità di Ateneo, stabilisce un calendario annuale delle attività anche per garantire la partecipazione degli organi esterni come il Comitato di Indirizzo.

Tipicamente la calendarizzazione del GAQ è organizzata secondo il seguente calendario:

- Compilazione SUA - CdS (maggio; settembre)
- Consultazione Comitati di Indirizzo (almeno due volte l'anno)
- Riesame (giugno)
- Consultazione parti sociali (periodicamente e comunque almeno una volta per anno)
- Analisi delle opinioni studenti e laureati (al termine di ogni semestre (studenti) e una volta l'anno (laureati))
- Analisi dati cruscotto ANVUR (giugno)
- Monitoraggio periodico (vedi calendario incontri GAQ in allegato) dell'efficacia della didattica (insegnamenti, aule, calendario delle lezioni, tutorato, semestralizzazione, programmi, ecc.).
- Analisi rapporto della Commissione Paritetica (dicembre)

▶ QUADRO D4 | Riesame annuale

13/06/2022

Il Riesame annuale è anticipatamente programmato anche sulla base delle scadenze fornite dal Presidio di Qualità di Ateneo. Lo scopo principale del Riesame annuale è l'analisi dei dati significativi dei diversi indicatori di performance del CdS (seguendo lo schema della scheda di monitoraggio ministeriale) e l'individuazione delle idonee azioni di correzione e di miglioramento. Tali interventi devono avere il carattere della misurabilità per poterne verificare gli esiti nel riesame dell'anno seguente.

Nel rapporto di Riesame, oltre alle tabelle statistiche di monitoraggio del CdS si valuta anche la Relazione della Commissione Paritetica, la Relazione del Nucleo di Valutazione e le rilevazioni effettuate dal Presidio della Qualità. Il rapporto di Riesame è redatto dal Gruppo di Assicurazione della Qualità del CdS con il coinvolgimento del Comitato di indirizzo.

▶ QUADRO D5 | Progettazione del CdS

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Documento di progettazione del Corso di studio

▶ QUADRO D6 | Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di FOGGIA
Nome del corso in italiano	COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E TECNOLOGIE DIGITALI
Nome del corso in inglese	COMMUNICATION, PUBLIC RELATIONS AND DIGITAL TECHNOLOGIES
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.unifg.it/it/studiare/corsi-di-laurea/lauree-triennali-e-ciclo-unico/comunicazione-relazioni-pubbliche-e-tecnologie-digitali
Tasse	https://www.unifg.it/it/servizi-e-opportunita/segreterie-online/tasse-e-contributi
Modalità di svolgimento	b. Corso di studio in modalità mista



Corsi interateneo R^aD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione



Docenti di altre Università



Referenti e Strutture



Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	DE NARDIS Fabio
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio del Dipartimento di Economia, Management e Territorio
Struttura didattica di riferimento	ECONOMIA, MANAGEMENT E TERRITORIO

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	DDNDRN77A45A662S	ADDANTE	Adriana	IUS/01	12/A1	PA	1	
2.	CLMLDA74P67A783B	CLEMENTE	Alida	SECS-P/12	13/C1	PA	1	
3.	DNRFBA77A19H501W	DE NARDIS	Fabio	SPS/11	14/C3	PO	1	
4.	GBLGPP74E03B506G	GABALLO	Giuseppe	SPS/07	14/C	RD	1	
5.	LPLNTN77B28C722E	LOPOLITO	Antonio	SECS-P/02	13/A2	PA	1	
6.	MSTPRI66E04A509Y	MASTROBERARDINO	Piero	SECS-P/08	13/B2	PO	1	
7.	STSDLG74L22L419A	STASI	Daniele Giuseppe	SPS/02	14/B1	PO	1	
8.	TSTGPP77M51E791R	TESTA	Giuseppina	SECS-P/01	13/A1	RU	1	
9.	ZNBGNE69H14F839J	ZANIBONI	Eugenio	IUS/13	12/E1	RU	1	

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E TECNOLOGIE DIGITALI

Nota n.15034 del 21/5/2021 "...la verifica del rispetto dei requisiti minimi della docenza a.a. 21/22 verrà effettuata, con riferimento alla

didattica erogata, per tutti i Corsi di Studio che nell'a.a. 2021/2022 abbiano completato almeno un ciclo di studi. Per i restanti Corsi tale verifica verrà svolta tenuto conto dei docenti presenti anche nel quadro della didattica programmata, ... "



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
---------	------	-------	----------

Rappresentanti degli studenti non indicati



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
---------	------

CLEMENTE	ALIDA
----------	-------

DE NARDIS	FABIO
-----------	-------

GABALLO	GIUSEPPE
---------	----------

GIULIANO	GIULIANA
----------	----------

STASI	DANIELE
-------	---------



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
---------	------	-------	------

INTENZA	MARIKA	marika_intenza.55799@unifg.it	
---------	--------	-------------------------------	--

PIPOLI	MARTINA	matrtina_pipoli.54821@unifg.it	
--------	---------	--------------------------------	--

VAIRO	ANTONIO	antonio_vairo.588475@unifg.it	
-------	---------	-------------------------------	--



Programmazione degli accessi



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
---	----

Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No
--	----



Sedi del Corso



Sede del corso: Via DA ZARA, n. 11 - 71121 - FOGGIA

Data di inizio dell'attività didattica	12/09/2022
Studenti previsti	250



Eventuali Curriculum



RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	1101^115^071024
COMUNICAZIONE E TECNOLOGIE DIGITALI	1101^116^071024



Altre Informazioni



Codice interno all'ateneo del corso	1101^170^071024
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Numero del gruppo di affinità	1



Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica	16/10/2020
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	23/12/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	09/07/2020
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	11/01/2021



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere

redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accreditamento iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

- 1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
- 2. Analisi della domanda di formazione*
- 3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
- 4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
- 5. Risorse previste*
- 6. Assicurazione della Qualità*

Il NVA esprime parere favorevole all'istituzione del CdS in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie digitali, valutando positivamente le motivazioni alla base dell'istituzione del CdS proposto dal Dipartimento di Economia, Management e Territorio (DEMET).

Il Corso di studi in Comunicazione, Relazioni Pubbliche e Tecnologie digitali risponde appieno a una domanda di formazione proveniente dal territorio su cui gravita l'Università di Foggia, oltre a rappresentare, in larga parte, una novità, per la sua configurazione, sul territorio nazionale e, soprattutto, regionale. Esso si propone di offrire agli/le studenti/esse le conoscenze di base in ambito sociologico, storico, linguistico-semiologico, psico-pedagogico, politologico, geografico, economico e tecnico per orientarsi analiticamente, ma anche e soprattutto criticamente, nel mondo della comunicazione contemporanea, sia quando essa si realizza in forma di interazione classica (relazioni inter-personali, comunicazione organizzativa e istituzionale, negoziazione, conflitti) sia in ambito mediatico (media tradizionali e non, social media, comunicazione digitale, piattaforme web, ecc).

Questo percorso formativo è stato ispirato dalla necessità di laureare professionisti nei nuovi ambiti della comunicazione e dell'informazione, rispondendo appieno a una doppia vocazione: da un lato, quella espressa dal neonato Dipartimento di Economia, Management e Territorio che coniuga, in prospettiva inter- e trans-disciplinare, analisi economica e organizzativa dei meccanismi di impresa (pubblica o privata) e sapere socio-psico-antropologico e comunicativo con particolare attenzione alle dinamiche territoriali; dall'altro, quello espresso dall'Ateneo foggiano che ha da tempo palesato il suo orientamento a investire risorse ed expertise nel campo delle culture e delle tecnologie digitali.

Il NVA ritiene dunque che si tratti di una proposta nuova che risponde alle esigenze del territorio e del mercato del lavoro, come testimoniato dalle consultazioni con il territorio che ha manifestato interesse verso professionalità che abbiano le competenze proposte dal progetto formativo. L'analisi della domanda formativa appare pertanto adeguata.

Anche dal punto di vista della progettazione, il NVA esprime una valutazione positiva alla luce di quanto riportato nella Guida CUN alla scrittura degli ordinamenti didattici per l'A.A. 2021/2022.

Le competenze corrispondenti ai profili culturali e professionali proposti e alle funzioni lavorative ad essi associate sono descritte in modo adeguato, come pure i risultati di apprendimento attesi e la loro coerenza con le attività formative programmate.

In merito all'esperienza dello studente, il NVA osserva che la descrizione delle attività collegiali dedicate al monitoraggio dell'andamento del CdS e delle modalità previste per il coordinamento tra i diversi insegnamenti è coerente con il Sistema di Assicurazione della Qualità della Didattica di Ateneo e con le indicazioni e le linee Guida del Presidio di Qualità di Ateneo.

Il CdS, è sostenuto da adeguate risorse di docenza e di strutture e risponde ai requisiti previsti dall'all. A del D.M. n. 6/2019 con le seguenti considerazioni:

a) Trasparenza: Il Nucleo ha verificato che il corso di studio ha inviato tutte le informazioni da inserire nella Scheda SUA-CdS (compilata secondo le scadenze previste dal MIUR).

b) Docenza: in base a quanto dichiarato dal Dipartimento proponente, i docenti di riferimento individuati per l'istituendo Corso di Studi risultano sufficienti. A livello di Ateneo il requisito è soddisfatto, sulla base delle verifiche effettuate alla luce di quanto comunicato dall'Amministrazione in merito alla docenza disponibile e alla programmazione delle cessazioni.

c) Limiti alla parcellizzazione delle attività didattiche e alla diversificazione dei corsi di studio: risulta soddisfatto sulla base di quanto dichiarato dal Dipartimento proponente in quanto il piano didattico contemplerà insegnamenti, anche articolati in moduli, con non meno di 6 CFU.

d) Risorse strutturali: risultano sostanzialmente adeguate per il buon funzionamento della didattica tenuto conto dei dati di numerosità media a livello nazionale e del fatto che, come dichiarato dal Dipartimento, il corso sarà erogato in modalità mista.

e) Requisiti per l'Assicurazione della Qualità: risultano soddisfatti, sulla base dell'analisi compiuta dal NVA sulla SUA-CdS, sulla documentazione presentata dal Dipartimento.

In aggiunta agli aspetti appena considerati, e ai fini dell'accREDITAMENTO del CdS di nuova istituzione, il NVA ha effettuato ulteriori verifiche della documentazione disponibile seguendo i criteri valutativi indicati dalle già citate Linee guida ANVUR e analizzando i seguenti aspetti:

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS;
2. Analisi della domanda di formazione;
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi;
4. L'esperienza dello studente;
5. Risorse previste;
6. Assicurazione della Qualità.

Alla luce di tali verifiche, il NVA ritiene che vi possano essere le condizioni per la sussistenza di tutti i requisiti e gli indicatori di accREDITAMENTO iniziale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Relazione Tecnico-Illustrativa del Nucleo di Valutazione sui Corsi di Studio di nuova istituzione A.A. 2021-2022



Il giorno 11 gennaio 2021, alle ore 11.00, si e' riunito il Comitato Regionale di Coordinamento Universitario per la Puglia, costituito ai sensi dell'art. 3, D.P.R. n. 25 del 27 gennaio 1998, per l'approvazione dell'Offerta Formativa del Sistema Universitario Pugliese. 

Il Comitato Universitario di Coordinamento per la Puglia delibera di esprimere parere favorevole in merito all'istituzione del seguente corso di studio:

Corso di Laurea in Comunicazione, relazioni pubbliche e tecnologie digitali, classe L-20, dell'Universita' di Foggia.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale della riunione del Comitato Regionale di Coordinamento

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2021	C92200617	ANALISI DEI DATI E DATA MINING <i>semestrale</i>	SECS-S/01	Andrea NIGRI		48
2	2021	C92200610	ANTROPOLOGIA VISUALE E DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	M-DEA/01	Rosa PARISI <i>Professore Associato (L. 240/10) Università del SALENTO</i>	M-DEA/01	48
3	2021	C92200618	BUSINESS ENGLISH <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Docente non specificato		48
4	2021	C92200604	COMUNICAZIONE D&E™IMPRESA E MARKETING <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Giuseppe CALABRESE <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/08	48
5	2021	C92200605	COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE <i>semestrale</i>	SPS/08	Luca BENVENGA		48
6	2021	C92200606	DIRITTO DELL&E™INFORMAZIONE <i>semestrale</i>	IUS/01	Docente di riferimento Adriana ADDANTE <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	IUS/01	48
7	2022	C92201521	ECONOMIA POLITICA <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Docente di riferimento Giuseppina TESTA <i>Ricercatore confermato</i>	SECS-P/01	48
8	2021	C92200611	LABORATORIO DI ANALISI DEI MEDIA DIGITALI <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente non specificato		20
9	2021	C92200612	LABORATORIO DI ANTROPOLOGIA VISUALE <i>semestrale</i>	M-DEA/01	Docente non specificato		20
10	2022	C92201518	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Giuseppe GABALLO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/07	20
11	2022	C92201524	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/11	Docente di riferimento Fabio DE NARDIS <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/11	20
12	2021	C92200607	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE SOCIALE <i>semestrale</i>	SPS/08	Luca BENVENGA		20

13	2022	C92201520	LABORATORIO DI ETNOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE ONLINE <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Giuseppe GABALLO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/07	20
14	2021	C92200613	LABORATORIO DI GESTIONE ED ELABORAZIONE DEI CONTENUTI MULTIMEDIALI <i>semestrale</i>	M-PED/04	Guendalina PECONIO		20
15	2022	C92201519	LABORATORIO DI LOGICA E ARGOMENTAZIONE <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Carmine CASTORO		20
16	2021	C92200608	LABORATORIO DI MEDIA EDUCATION <i>semestrale</i>	M-PED/04	Giusiantonia TOTO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	M-PED/04	20
17	2021	C92200609	LABORATORIO DI NEGOZIAZIONE E LOBBYING <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Docente di riferimento Piero MASTROBERARDINO <i>Professore Ordinario</i>	SECS-P/08	20
18	2021	C92200619	LABORATORIO DI PEDAGOGIA DEI MEDIA <i>semestrale</i>	M-PED/03	Luigi TRAIETTA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-PED/03	20
19	2021	C92200614	LABORATORIO DI WEB DESIGN <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Antonia POTITO		20
20	2021	C92200620	MEDIA EDUCATION <i>semestrale</i>	M-PED/04	Giusiantonia TOTO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	M-PED/04	48
21	2021	C92200621	PEDAGOGIA DEI MEDIA E DEI PROCESSI COMUNICATIVI <i>semestrale</i>	M-PED/03	Luigi TRAIETTA <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-PED/03	48
22	2022	C92201525	SEMIOTICA DEI LINGUAGGI DIGITALI <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Carmine CASTORO		48
23	2022	C92201526	SOCIOLINGUISTICA <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Anna RICCIO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-LIN/01	48
24	2022	C92201527	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Giuseppe GABALLO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/07	48
25	2021	C92200615	SOCIOLOGIA DELL'INDUSTRIA CULTURALE <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente non specificato		48
26	2022	C92201528	SOCIOLOGIA POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/11	Docente di riferimento Fabio DE NARDIS	SPS/11	48

Professore Ordinario
(L. 240/10)

27	2021	C92200616	STORIA DELLE IDEOLOGIE E DEI MOVIMENTI POLITICI <i>semestrale</i>	SPS/02	Docente di riferimento Daniele Giuseppe STASI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/02	48
28	2022	C92201529	STORIA SOCIALE DEI MEDIA <i>semestrale</i>	M-STO/04	Vito SARACINO		48
29	2021	C92200622	WEB DESIGN <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Antonia POTITO		48
						ore totali	1056



Curriculum: RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ <i>WEB DESIGN (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	24	24	24 - 30
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>SOCIOLINGUISTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>BUSINESS ENGLISH (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea ↳ <i>STORIA SOCIALE DEI MEDIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	32	32	32 - 40
	SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>ECONOMIA POLITICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/07 Sociologia generale ↳ <i>ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i> SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ <i>SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			56	56 -

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ SEMIOTICA DEI LINGUAGGI DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	24	24	14 - 26
↳ COMUNICAZIONE D±IMPRESA E MARKETING (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi				
↳ COMUNICAZIONE PUBBLICA E SOCIALE (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
Scienze umane ed economico-sociali	M-PED/03 Didattica e pedagogia speciale			
	↳ PEDAGOGIA DEI MEDIA E DEI PROCESSI COMUNICATIVI (2 anno) - 8 CFU - semestrale			
	M-PED/04 Pedagogia sperimentale			
	↳ MEDIA EDUCATION (2 anno) - 8 CFU - semestrale			
	SECS-P/07 Economia aziendale	40	32	28 - 40
↳ STRATEGIE E GOVERNO DELLE IMPRESE MEDIALI (3 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
SECS-S/01 Statistica				
↳ ANALISI DEI DATI E DATA MINING (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio				
↳ SOCIOLOGIA DELL±AMBIENTE E DEL TERRITORIO (3 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl				
Discipline		16	16	16 -

giuridiche, storico- politiche e filosofiche	IUS/01 Diritto privato			24
	↳ <i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici			
	↳ <i>SOCIOLOGIA POLITICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			72	58 - 90

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	IUS/13 Diritto internazionale			
	↳ <i>DIRITTO INTERNAZIONALE (3 anno) - 8 CFU - semestrale</i>			
	M-GGR/02 Geografia economico-politica			
	↳ <i>GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU - semestrale</i>	26	18	18 - 24 min 18
	SECS-P/12 Storia economica			
	↳ <i>STORIA DEL CAPITALISMO (3 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl</i>			
Totale attività Affini			18	18 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	4	4 - 4
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-

	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	12	12 - 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	-	-
	Totale Altre Attività	34	34 - 34

CFU totali per il conseguimento del titolo	180
CFU totali inseriti nel curriculum <i>RELAZIONI PUBBLICHE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</i>:	180 166 - 218

Curriculum: COMUNICAZIONE E TECNOLOGIE DIGITALI

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ <i>WEB DESIGN (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	24	24	24 - 30
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>SOCIOLINGUISTICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>BUSINESS ENGLISH (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea ↳ <i>STORIA SOCIALE DEI MEDIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>	32	32	32 - 40
	SECS-P/01 Economia politica ↳ <i>ECONOMIA POLITICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i>			

SPS/07 Sociologia generale			
↳ ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
↳ SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE E DEI MEDIA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)			
Totale attività di Base		56	56 - 70

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	16	16	14 - 26
	↳ SEMIOTICA DEI LINGUAGGI DIGITALI (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
Scienze umane ed economico-sociali	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	56	40	28 - 40
	↳ SOCIOLOGIA DELL'INDUSTRIA CULTURALE (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche			
	↳ ANTROPOLOGIA VISUALE E DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl			
	M-PED/03 Didattica e pedagogia speciale			
↳ PEDAGOGIA DEI MEDIA E DEI PROCESSI COMUNICATIVI (2 anno) - 8 CFU - semestrale				
M-PED/04 Pedagogia sperimentale				
↳ MEDIA EDUCATION (2 anno) - 8 CFU - semestrale				
M-PSI/01 Psicologia generale				
↳ PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU - semestrale				

	<p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DELL'IMPRESA E MARKETING (3 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-S/01 Statistica</p> <hr/> <p>↳ <i>ANALISI DEI DATI E DATA MINING (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio</p> <hr/> <p>↳ <i>SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO (3 anno) - 8 CFU - semestrale</i></p> <hr/>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	<p>SPS/02 Storia delle dottrine politiche</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DELLE IDEOLOGIE E DEI MOVIMENTI POLITICI (2 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici</p> <hr/> <p>↳ <i>SOCIOLOGIA POLITICA (1 anno) - 8 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>	16	16	16 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			72	58 - 90

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	<p>AGR/01 Economia ed estimo rurale</p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO NELLE AREE RURALI (3 anno) - 8 CFU - semestrale</i></p> <hr/>	26	18	18 - 24 min 18
	<p>M-GGR/02 Geografia economico-politica</p> <hr/> <p>↳ <i>GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE (3 anno) - 8 CFU - semestrale</i></p> <hr/>			
	<p>SECS-P/12 Storia economica</p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DEL CAPITALISMO (3 anno) - 10 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>			

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

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	4	4 - 4
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	12	12 - 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		-	-
Totale Altre Attività		34	34 - 34

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

CFU totali inseriti nel curriculum *COMUNICAZIONE E TECNOLOGIE DIGITALI*:

180 166 - 218



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività di base R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	24	30	-
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea			
	SECS-P/01 Economia politica			
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	32	40	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:				-
Totale Attività di Base				56 - 70



Attività caratterizzanti R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M.

		min	max	per l'ambito
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	14	26	-
Scienze umane ed economico-sociali	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-PED/03 Didattica e pedagogia speciale M-PED/04 Pedagogia sperimentale M-PSI/01 Psicologia generale SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio	28	40	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/01 Diritto privato SPS/02 Storia delle dottrine politiche SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	16	24	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		
Totale Attività Caratterizzanti			58 - 90	



ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	18	24	18



Altre attività R^aD

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	4	4
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	12	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		-	-
Totale Altre Attività		34 - 34	



Riepilogo CFU R^aD

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

Range CFU totali del corso

166 - 218



Comunicazioni dell'ateneo al CUN
R^aD



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe
R^aD



Note relative alle attività di base
R^aD



Note relative alle altre attività
R^aD

I crediti relativi alla lingua straniera saranno acquisiti con un esame da 8 CFU del Settore Scientifico Disciplinare L-LIN/12.



Note relative alle attività caratterizzanti
R^aD