

Università	Università degli Studi di FOGGIA										
Classe	LM-91 - Tecniche e metodi per la società dell'informazione										
Atenei in convenzione	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Ateneo</th> <th>data conv</th> <th>durata conv</th> <th>data provvisoria</th> <th>vedi conv</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Università telematica ITALIAN UNIVERSITY LINE IUL</td> <td>13/01/2021</td> <td>3</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Ateneo	data conv	durata conv	data provvisoria	vedi conv	Università telematica ITALIAN UNIVERSITY LINE IUL	13/01/2021	3		
Ateneo	data conv	durata conv	data provvisoria	vedi conv							
Università telematica ITALIAN UNIVERSITY LINE IUL	13/01/2021	3									
Tipo di titolo rilasciato	Congiunto										
Nome del corso in italiano	INNOVAZIONE DIGITALE E COMUNICAZIONE										
Nome del corso in inglese	DIGITAL INNOVATION IN COMMUNICATION										
Lingua in cui si tiene il corso	italiano										
Codice interno all'ateneo del corso	1104^170^071024										
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	28/07/2021										
Data di approvazione della struttura didattica	17/12/2020										
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	19/11/2020 -										
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	11/01/2021										
Modalità di svolgimento	c. Corso di studio prevalentemente a distanza Vedi convenzione										
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.unifg.it/didattica/offerta-formativa/corsi-di-laurea										
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	ECONOMIA, MANAGEMENT E TERRITORIO										
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi											
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011										

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-91 Tecniche e metodi per la società dell'informazione

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- saper coniugare i metodi e le tecniche di gestione aziendale e amministrazione pubblica e privata con le tecnologie e metodologie dell'informatica, possedendo competenze in ciascuna delle aree;
- essere in grado di interpretare efficacemente il cambiamento e l'innovazione tecnologica e organizzativa nelle aziende e nelle amministrazioni;
- saper operare in gruppi interdisciplinari costituiti da esperti con competenze negli ambiti delle tecnologie dell'informatica ed economico-manageriali, nonché con competenze proprie di specifici settori applicativi, avendo conoscenze generali in ciascuno degli ambiti e più approfondite in almeno uno di essi;
- saper affrontare problematiche normative connesse con l'utilizzo delle tecnologie informatiche e telematiche (con riferimento, tra gli altri, ai problemi di sicurezza, tutela della riservatezza, validità giuridica);
- essere in grado di interpretare l'innovazione all'interno di imprese e amministrazioni e di progettare nuove soluzioni per l'uso di tecnologie dell'informazione e della comunicazione in tali ambiti;
- essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono, con funzioni di elevata responsabilità, negli ambiti:

- tecnologico, essendo in grado di gestire progetti e applicare soluzioni innovative nel campo dei sistemi informativi e informatici e delle tecnologie di rete, tenendo conto delle problematiche commerciali, socio-organizzative e normative;
- aziendale-organizzativo, essendo in grado di governare organizzazioni complesse che utilizzino moderne tecnologie, come nel settore dei servizi di commercio elettronico;
- economico-giuridico, essendo in possesso di uno strumentario giuridico e socio-comunicativo di base atto a progettare soluzioni tecnologicamente innovative nelle istituzioni pubbliche e private, come nel settore del governo elettronico.

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

- prevedono, fra i requisiti curricolari di accesso, almeno la conoscenza della lingua inglese;
- comprendono attività finalizzate ad acquisire le conoscenze fondamentali nei campi dell'informatica, dell'economia, delle istituzioni e dell'amministrazione;
- comprendono, garantendo la multidisciplinarietà delle conoscenze, approfondimenti specifici di attività formative finalizzate all'acquisizione di competenze di alto livello in uno dei campi, fra quelli di interesse;
- prevedono lezioni ed esercitazioni di laboratorio oltre ad attività progettuali autonome e attività individuali in laboratorio per non meno di 10 crediti;
- culminano in un'attività di progettazione o di ricerca o di analisi di caso, che dimostri la padronanza degli argomenti, nonché la capacità di operare in modo autonomo nel campo delle organizzazioni che usano le tecnologie dell'informatica;
- prevedono attività esterne, come tirocini formativi, presso enti o istituti di ricerca, laboratori, aziende e amministrazioni pubbliche, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane ed europee.

Relazione del nucleo di valutazione per accreditamento

[**Vedi allegato**](#)

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

Il Corso di Laurea Magistrale LM-91 in Innovazione Digitale e Comunicazione è un percorso formativo interateneo che coinvolge l'Università di Foggia e l'IUL, Università Telematica degli Studi, in virtù della convenzione stipulata tra i due Atenei. Il corso è attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti ed è incardinato amministrativamente presso il Dipartimento Economia, Management e Territorio (DEMET) dell'Università di Foggia.

Organo o soggetto accademico che ha effettuato la consultazione

Al fine di rendere coerente il progetto formativo con il contesto di riferimento, locale, nazionale ed internazionale, la proposta di laurea magistrale è stata verificata tramite consultazioni svolte interpellando attori del contesto socio-economico, locali, nazionali e internazionali, direttamente interessati dal processo di digitalizzazione, che potessero fornire il loro parere, oltre che il loro indirizzo, rispetto a quanto programmato nel percorso formativo. La consultazione con i rappresentanti del sistema socio-economico, nazionale e internazionale, è stata condotta dal Gruppo di lavoro interdipartimentale dell'Università di Foggia, che ha visto il coinvolgimento del Dipartimento di Studi Umanistici, Lettere, Beni Culturali, Scienze della Formazione (DISTUM) e del Dipartimento di Economia.

La consultazione ha previsto: l'individuazione degli attori, in ragione della relativa rappresentatività territoriale e della configurazione attuale del mercato del lavoro; un primo contatto telefonico teso a verificarne la volontà a prendere parte alla co-progettazione del percorso formativo; la predisposizione e l'invio, per via telematica, di un questionario strutturato contenente obiettivi formativi specifici del CdS e descrizione dei profili professionali; infine, la consultazione diretta delle parti interessate, tramite incontro telematico, tenutosi il giorno 19 novembre, finalizzato a valutare prevalentemente la coerenza tra obiettivi formativi, figure professionali e sbocchi, rispetto alle aspettative provenienti dal mondo del lavoro.

Organizzazioni consultate o direttamente o tramite documenti e studi di settore

La progettazione del nuovo corso di studio, inoltre, ha previsto un momento di analisi della domanda di formazione che sintetizzasse le prospettive occupazionali dei diversi profili professionali nel medio-lungo periodo e la capacità di assorbimento del mercato rispetto ai diversi ruoli. Tale analisi ha tenuto conto dello scenario locale, nazionale e internazionale.

Di seguito i link alla documentazione consultata:

- <https://excelsior.unioncamere.net>

- <https://www.lse.ac.uk/study-at-lse/Graduate/degree-programmes-2021/MSc-Management-Information-Systems-and-Digital-Innovation#:~:text=The%20MSc%20Management%20of%20Information,domains%20of%20digital%20innovation%2C%20such>

- <http://www.istruzione.it/allegati/2016/bigdata.pdf>

- <https://www.asfor.it/ricerche/osservatorio-managerial-learning-asfor-cfnt>

Infine, il gruppo di lavoro ha ricostruito il nuovo scenario socio-economico delle nuove professioni attraverso una serie di articoli pubblicati sulla stampa nazionale in cui sono sintetizzati diversi studi condotti da enti di ricerca nazionale e internazionale.

- https://www.ilsole24ore.com/art/cinque-professioni-digitali-5-milioni-posti-lavoro-e-dove-studiarle-italia-AEpDr66E?refresh_ce=1

- <https://www.repubblica.it/economia/rapporti/energitalia/trasformazione/2020/01/30>

/news/energia_mancano_gli_specialisti_digitali_aziende_in_affanno_nella_caccia_ai_talenti-247150346/

- https://www.corriere.it/economia/lavoro/cards/professioni-futuro-60percento-nuovi-lavori-sono-inventare-ecco-come-prepararsi-rivoluzione/formare-aggiornare-nuovi-professionisti_principale.shtml

La progettazione del percorso formativo ha previsto una fase di consultazione con le organizzazioni del mondo socio-economico, individuate in ragione della loro rappresentatività territoriale, locale, nazionale e internazionale, tenuto conto della configurazione attuale del mercato del lavoro, rispetto agli sbocchi professionali previsti e alle aree di inserimento professionale dei profili formati.

Modalità e cadenza di studi e consultazioni

Trattandosi dell'attivazione del CdS per l'a.a. 2020-2021, gli attori proponenti hanno avviato la prima consultazione degli stakeholder. Gli attori coinvolti sono stati contattati telefonicamente, al fine di verificarne la reale volontà a prendere parte ad un momento di co-progettazione del percorso formativo, oltre che valutare l'interesse al profilo professionale in uscita.

Al primo contatto è seguito l'invio agli stessi attori, per via telematica, di un questionario strutturato, ad hoc elaborato, nel quale sono stati forniti obiettivi formativi specifici del CdS e la descrizione dettagliata dei profili professionali, in maniera tale da consentire loro di esprimersi sulla validità del progetto e fornire eventuali suggerimenti/indicazioni coerenti con le aspettative del mondo del lavoro. Nel dettaglio, sono stati presentati obiettivi e percorso formativo del nuovo programma, piano studi, le figure professionali e relativi sbocchi professionali, risultati di apprendimento attesi. In tal modo, il gruppo di lavoro ha inteso verificare la validità del progetto formativo e la rispondenza ai bisogni del mercato del lavoro e della società.

In particolare, agli attori coinvolti è stato chiesto di esprimere un parere sintetico, commenti e suggerimenti su: coerenza tra risultati di apprendimento attesi, funzioni di competenze e abilità e adeguatezza degli insegnamenti inseriti nel piano di studi; rispondenza tra profili professionali in uscita e fabbisogni del settore di riferimento e, più in generale, del mondo del lavoro; ulteriori profili professionali da prevedere eventualmente in uscita.

Gli attori coinvolti in questa fase sono trenta. I dati raccolti sono stati elaborati e presentati nel documento di "ANALISI DELLA DOMANDA DI FORMAZIONE E DI CONSULTAZIONE DELLE PARTI INTERESSATE"

Link del questionario:

<https://forms.gle/8GJjhibCJuvfbV2CA>

Allegato: pdf. Verbale dell'incontro di consultazione con il sistema socio-economico e le parti interessate

Nel corso delle consultazioni sono state raccolte le disponibilità degli attori alla configurazione del COMITATO DI INDIRIZZO del CdS:

1. Head of Institutional Relations at Future Food Institute
2. CEO Communis S.r.l., Image and Public Relation Strategies
3. CEO Meeting Planner srl, Bari, Italia
4. Direttore di ricerca ISTAT
5. Commissario Agicom, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
6. Senior Director, Global Supply Chain Lead - Eastern Europe and Central Asia at Pfizer, Londra, Regno Unito
7. Co-founder Strategocomunicazione, Salerno, Italia

Documentazione in allegato

Allegati:

<https://forms.gle/8GJjhibCJuvfbV2CA>

pdf. Verbale dell'incontro di consultazione con il sistema socio-economico e le parti interessate

Sintesi dell'analisi condotta su dati secondari e primari

Il gruppo di progettazione ha preliminarmente ricostruito lo scenario socio-economico e politico-istituzionale all'interno del quale nuove dinamiche competitive vengono a configurarsi per gli attori economici, con l'effetto di veder crescere le aspettative del mondo del lavoro rispetto a nuovi profili professionali. Il riferimento è, in particolare, alla ricostruzione dello scenario fornita da tre testate giornalistiche nazionali (IlSole24Ore, La Repubblica e il Corriere della Sera) che, dal 2018 ad oggi, hanno rilevato la necessità crescente per le organizzazioni, pubbliche e private, di dotarsi di figure professionali con una formazione mirata alle competenze digitali, prerequisito per l'operato delle organizzazioni di ogni settore economico. L'interesse al processo di digitalizzazione trova ampia diffusione nel Ministero dello Sviluppo e delle Politiche Sociali che già da diversi anni fa, in collaborazione con Inps, Covi p, Anpal, Inapp e Servizio Civile Nazionale, porta avanti una intensa partecipazione al Salone nazionale dell'orientamento, la scuola, la formazione e il lavoro, finalizzata a far rilevare al pubblico degli enti formatori la necessità di indirizzare in maniera più stringenti la formazione professionalizzante alla trasformazione digitale.

A conferma delle riflessioni fino ad ora proposte, il gruppo di progettazione ha condotto analisi di settore, della domanda di formazione e del fabbisogno occupazionale per il quinquennio 2020-2024.

In particolare, dall'analisi condotta è emerso quanto segue:

- nel quinquennio 2020-2024 il 34% della domanda di occupati in Italia, pari a circa 898.300 unità, sarà rappresentata da laureati;
- ampiamente soddisfatti risultano i laureati della classe LM-91 che registrano un importante dato in termini di assorbimento da parte del mondo del lavoro a 3 e 5 anni dal conseguimento del titolo;
- il Sistema Informativo EXCELSIOR di UNIONCAMERE e ANPAL (previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in Italia a medio termine - periodo 2019-2023 e successivo aggiornamento 2020-2024) riconosce nella digitalizzazione il principale fattore di cambiamento che sta concorrendo alla trasformazione del mercato del lavoro e che nei prossimi anni assumerà un peso ancora più rilevante con l'impulso degli investimenti europei volti ad una transizione digitale; a ciò si aggiunge che la rapida diffusione del telelavoro nel periodo di emergenza, tuttora in corso, ha concorso ad accelerare il processo di digitalizzazione già in atto, con due aspetti diversi ma complementari: da un lato il cambiamento in senso digitale di molte attività produttive (smart working, commercio on line, digitalizzazione delle procedure in molti servizi alle imprese e alle persone) e dall'altro una forte crescita "obbligata" delle

competenze digitali di molti lavoratori e in generale di un'ampia fascia della popolazione.

- La Digital Transformation avrà, pertanto, un peso determinante nel caratterizzare i fabbisogni occupazionali dei diversi settori economici, arrivando a coinvolgere circa il 30% dei lavoratori di cui imprese e Pubblica Amministrazione avranno bisogno nei prossimi 5 anni. Inoltre, sempre sulla base dei risultati dell'indagine Excelsior, il fabbisogno stimato di personale con capacità di utilizzare competenze digitali (uso di tecnologie internet, di strumenti di comunicazione visiva e multimediale) in aumento rende tali competenze indispensabili alle imprese (secondo le stime tra il 2020 e il 2024 le imprese avranno bisogno di 1,5 milioni di occupati in possesso di competenze digitali con importanza perlomeno intermedia, pari al 56% del fabbisogno del quinquennio).

- Infine, anche l'OSSERVATORIO MANAGERIAL LEARNING ASFOR-CFMT fa rilevare come la trasformazione digitale imponga continuamente un riallineamento dei profili professionali, sia consolidati che emergenti, con i nuovi punti di riferimento coerenti con la Digital Transformation.

Il gruppo di progettazione ha, inoltre, avviato il processo di consultazione degli attori socio-economici appartenenti al contesto di riferimento, locale, nazionale ed internazionale, direttamente interessati dal processo di digitalizzazione, al fine di ottenere un parere qualificato, oltre che il loro indirizzo, rispetto a quanto programmato nel percorso formativo.

Dalla consultazione è emersa ampia condivisione da parte di tutti gli attori coinvolti in merito agli obiettivi formativi programmati, da intendersi in termini di conoscenze, capacità e abilità da formare, oltre che coerenza tra i profili professionali individuati, gli sbocchi lavorativi e le aspettative del mondo del lavoro.

Vedi allegato

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Il giorno 11 gennaio 2021, alle ore 11.00, si è 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 magistrale in Innovazione digitale e comunicazione, classe L-91, dell'Università di Foggia.

Vedi allegato

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il CdS coglie una necessità manifesta nell'attuale tessuto socio-politico ed economico nella direzione della formazione di professionalità che sappiano leggere e cogliere le sfide sociali e economiche in termini di modelli e processi altamente dinamici, evolutivi e complessi. Coerentemente con l'obiettivo di integrare la dimensione del "sapere" con quella del "fare", il CdS mira a formare figure professionali specializzate nella creazione e diffusione di prodotti comunicativi multimediali, nonché di produrre analisi attingendo informazioni da database pubblici e privati. Il percorso formativo, di natura interdisciplinare, apre alla collaborazione tra diverse forme di conoscenza e si caratterizza nel qualificare le conoscenze scientifiche e le competenze tecnologiche dello studente nell'ambito della produzione e della gestione di contenuti e informazioni in ambienti digitali, mettendole in relazione alle conoscenze umanistiche in grado di collocare tali informazioni in un quadro sociale, economico, tecnologico e mediale molto più ampio.

In tale prospettiva, il corso di laurea magistrale prepara a professioni con funzioni di elevata responsabilità in ambito comunicativo e di gestione dei contenuti digitali per aziende private, media company e istituzioni, con particolare riferimento allo sviluppo e alla gestione di servizi innovativi basati sui dati e sui flussi di informazioni.

L'obiettivo del CdS consiste, pertanto, nella formazione di un laureato magistrale che integri competenze tecnologiche, manageriali, sociali, economiche e giuridiche, in una visione interdisciplinare tanto nella pianificazione, gestione, valorizzazione e fruizione della comunicazione quanto nella capacità di condivisione e diffusione dell'informazione.

Il CdS in Innovazione Digitale e Comunicazione è un percorso formativo interateneo che coinvolge l'Università di Foggia e l'IUL, Università Telematica degli Studi. Per tale ragione, con riferimento all'erogazione del CdS, si prevede l'adozione della modalità prevalentemente a distanza, tesa a valorizzare al massimo le potenzialità delle tecnologie informatiche applicate alla didattica erogata attraverso le piattaforme di e-learning adottate dagli Atenei partner. In particolare verranno svolte in presenza tutte le attività di tirocinio oltre che l'esame finale di profitto per ogni singolo insegnamento e per la conclusione del percorso di studio.

In dettaglio, il raggiungimento degli obiettivi formativi è garantito dalla seguente impostazione dei percorsi di studio, organizzato tenendo conto delle competenze di ingresso. Lo studente sarà orientato nella scelta del proprio percorso a partire dalla carriera universitaria già svolta.

Gli insegnamenti del primo anno saranno, dunque, indirizzati alla omogeneizzazione delle conoscenze e delle competenze al fine di rendere uniforme la figura professionali in uscita. La costruzione dell'ordinamento didattico per intervalli soddisfa questo obiettivo, consentendo a tutti gli studenti, indipendentemente dal titolo accademico di provenienza, di conseguire la medesima preparazione. Più che una personalizzazione, la possibilità di considerare la flessibilità all'interno di intervalli di crediti formativi per ambiti disciplinari è funzionale al conseguimento di competenze e conoscenze all'interno di un quadro di connessioni interdisciplinari.

Nel dettaglio:

- al primo anno gli insegnamenti e le corrispondenti attività laboratoriali, svolti in modalità a distanza, si concentrano soprattutto nelle aree tecnico - informatica e socio-umanistica con insegnamenti che fanno riferimento all'informatica, così come alla sociologia digitale e agli internet studies al fine di sviluppare una capacità di analisi di enormi quantità di dati provenienti da fonti estremamente eterogenee e disponibili in una ampia varietà di formati. Per quanto riguarda gli insegnamenti e le corrispondenti attività laboratoriali, svolti in modalità a distanza, dell'area azienda le-organizzativo si concentreranno sul project management e sulle policies della IA per acquisire abilità nella gestione di organizzazioni moderne che si rivolgono prevalentemente a settori tecnologicamente avanzati.

- nel secondo anno, gli insegnamenti e le corrispondenti attività laboratoriali, svolti in modalità a distanza, oltre ad una particolare attenzione ad argomenti che riguardano il business planning e l'analisi dei dati ed il data mining, consentono approfondimenti in tutte le aree disciplinari previste con l'obiettivo di perfezionare le conoscenze per la determinazione di soluzioni tecnologicamente innovative. Dal sapere epistemologico agli strumenti comunicativi (SPS/08), dall'analisi di data set alle reti neurali (MAT/09), il laureato acquisisce competenze digitali in contesti caratterizzati dalla continua evoluzione delle tecnologie informatiche e telematiche.

Completa il percorso formativo al secondo anno l'attività di tirocinio, svolta in presenza, per mettere in pratica le competenze apprese durante il percorso di studio.

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

7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Conoscenze e competenze disciplinari specifiche del laureato magistrale in Innovazione Digitale e Comunicazione vanno riferite alle aree di apprendimento in cui si articola il percorso formativo. In particolare, il laureato magistrale dovrà conoscere gli aspetti fondamentali dell'informatica, della comunicazione con specifico riferimento ai media studies, delle discipline manageriale e logico analitiche, ovvero dei saperi socio-umanistici collegati allo sviluppo di capacità critiche e dialettiche. Grazie all'adozione di schemi concettuali e modelli operativi per l'analisi dei fenomeni socio-economici, agli strumenti statistico-informatici, alla conoscenza del processo di digitalizzazione dei dati e alla padronanza delle infrastrutture digitali, sarà in grado di mettere a punto sistemi di gestione dell'informazione e comunicazione tramite infrastrutture digitali, a sostegno dei processi decisionali e delle scelte strategiche di organizzazioni imprenditoriali, società di consulenza, istituzioni pubbliche e amministrazioni.

In particolare, il laureato magistrale dovrà possedere:

1. Schemi concettuali e modelli operativi informatici per la raccolta e il trattamento di dati;
2. Metodologie, tecniche e strumenti di analisi socio - statistica applicati ai fenomeni sociali ed economici e di supporto all'informatica;
3. Schemi concettuali e modelli operativi socio-manageriali per la ricerca e la gestione dei dati utili alla comprensione di fenomeni complessi nell'area delle politiche economico-aziendali e degli ambienti socio-politici;
4. Modelli di gestione dell'informazione e comunicazione in ambienti digitali a sostegno dei processi decisionali e delle scelte strategiche di organizzazioni imprenditoriali, istituzioni pubbliche e amministrazioni;

5. Conoscenze giuridiche di base connesse all'utilizzo di tecnologie informatiche e al trattamento dei dati.

Il laureato magistrale acquisisce le conoscenze attraverso lezioni frontali, attività laboratoriali, project work e/o tirocini presso aziende, enti pubblici, istituzioni o studi. Gli strumenti didattici con cui viene verificato il conseguimento degli obiettivi formativi si riferiscono a: esami di profitto, esiti di attività laboratoriali, project work e/o stage.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Le capacità di applicare conoscenza e comprensione riguardano le conoscenze e le capacità previamente individuate con riferimento alle aree di apprendimento relative al percorso formativo tracciato dal CdS. In particolare, il laureato magistrale sarà capace di applicare conoscenza e comprensione per leggere e cogliere le sfide provenienti dall'ambiente socio-economico e proporre soluzioni a problemi complessi, con competenze multidisciplinari in ambienti digitali e cross-mediali. A tal scopo, i laureati sapranno utilizzare approcci quali-quantitativi e strumenti di analisi finalizzati alla valorizzazione delle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie.

Il laureato magistrale sarà, pertanto, in grado di:

1. raccogliere, analizzare e gestire dati provenienti da diversi contesti socio-economici;
2. individuare e utilizzare metodi e strumenti statistico-informatici per organizzare, valutare e gestire informazioni quali-quantitative;
3. utilizzare infrastrutture digitali più efficienti per il trattamento dei dati, garantendone affidabilità e sicurezza, nell'ottica dell'ottimizzazione dei processi decisionali all'interno di organizzazioni imprenditoriali, istituzioni pubbliche e amministrazioni;
4. valutare le implicazioni etiche legate all'adozione di infrastrutture digitali e, quindi, all'accessibilità degli stessi, tanto nel pubblico quanto nel privato.
5. comunicare efficacemente le informazioni ottenute dall'analisi dei dati attraverso l'elaborazione di prodotti chiari in ambienti digitali.

La capacità di applicare conoscenza e comprensione matura attraverso la frequenza da parte dello studente di attività laboratoriali individuali, esercitazioni dedicate, project work, attività di tirocinio e la stesura della prova finale che rappresenta un momento di approfondimento interdisciplinare rispetto al percorso di studi intrapreso. Le medesime attività saranno utili anche alla verifica del raggiungimento degli obiettivi formativi.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il laureato magistrale in Innovazione Digitale e Comunicazione è in grado di integrare conoscenze multidisciplinari acquisite con l'analisi e la rilevazione di problematiche inerenti organizzazioni complesse. Inoltre è in grado di valutare in maniera critica diversi contesti nei quali si trova ad operare (aziendali, organizzativi, ecc.) e a scegliere ed implementare in autonomia adeguate soluzioni rispetto ad eventuali problematiche emerse, fondate su solide analisi quantitative e avanzate competenze in ambito tecnologico, economico-manageriale, giuridico e sociale. Pertanto, è in grado di formulare proprie valutazioni e giudizi rispetto alle dinamiche di contesto sulla base della interpretazione delle informazioni disponibili nell'ambito dei settori nei quali agisce. L'autonomia di giudizio e l'atteggiamento critico rispetto all'emergere di problemi specifici sono favoriti dalle attività laboratoriali, dalle esercitazioni e dalle attività professionalizzanti, svolte anche in team-work. Il raggiungimento di tale autonomia è, di fatto, verificata durante tutto il percorso formativo attraverso le prove d'esame relative ai singoli insegnamenti, i risultati raggiunti dalle attività laboratoriali tese a risolvere problemi specifici in vari ambiti applicativi in ragione della corretta applicazione di metodi e di strategie di intervento.

Infine, l'autonomia di giudizio raggiunta trova piena esplicitazione nella redazione della prova finale, ulteriore momento di verifica dell'acquisita padronanza di un proprio sistema di valutazione e della capacità di riflessione e di elaborazione all'interno di specifici domini applicativi.

Abilità comunicative (communication skills)

Il laureato magistrale in Innovazione Digitale e Comunicazione è in grado di comunicare con chiarezza ed immediatezza contenuti, metodi e schemi adottati per l'analisi dei dati e la gestione delle informazioni, con riferimento alle problematiche emergenti nelle organizzazioni in cui è impiegato, utilizzando appropriatamente terminologia tecnica e adeguando le modalità di espressione ai destinatari della comunicazione; ciò in ragione di una acquisita consapevolezza circa la necessaria coerenza tra destinatari del messaggio e forme, strumenti e tecnologie a tal scopo impiegate. Il laureato possiede un'adeguata capacità di sintesi per poter comunicare efficacemente gli aspetti essenziali utili per l'individuazione delle soluzioni, all'interno di piani di comunicazione, report di sintesi, progetti di ricerca. Saprà utilizzare efficacemente strumenti multimediali di comunicazione, oltre che tecnologie informatiche, non solo per esigenze comunicative, ma anche per la gestione dei dati in rete. Infine il laureato magistrale sviluppa abilità comunicative che lo rendono capace di lavorare in team, contribuendo fattivamente nei processi decisionali in organizzazioni complesse.

L'acquisizione e la verifica dell'acquisizione di tale abilità avviene, oltre che durante lo svolgersi del percorso formativo, attraverso: la partecipazione ad attività laboratoriali/progetti, individuali o in team, con l'ausilio di sistemi informativi e delle nuove tecnologie; la partecipazione a seminari e workshop tematici; tirocinio formativo; elaborazione e discussione della prova finale.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato magistrale in Innovazione Digitale e Comunicazione sviluppa capacità che gli consentono un continuo aggiornamento di elevate competenze e capacità nell'applicazione di metodologie e strumenti utili alla gestione dei processi legati all'ideazione, progettazione e gestione del contenuto culturale in ambito digitale. Il laureato sviluppa, infatti, capacità di apprendimento che lo predispongono allo studio autonomo e, al contempo, lo rendono in grado di interpretare e contestualizzare i rapidi cambiamenti che caratterizzano strumenti, tecnologie digitali e di rete e modalità di fruizione.

Grazie ad una formazione multi e interdisciplinare, il laureato è in grado di apprendere rapidamente e in profondità informazioni relative agli ambiti specifici di riferimento e alle tecnologie di ultima generazione. Tale capacità è continuamente stimolata attraverso il lavoro di studio autonomo, momenti esercitativi laboratoriali finalizzati all'acquisizione guidata di tali capacità, individuali e di gruppo, attività di redazione della prova finale. La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene principalmente durante gli esami orali e/o scritti e nell'ambito dell'elaborazione della tesi.

Conoscenze richieste per l'accesso

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

L'accesso al Corso di Laurea Magistrale è subordinato al possesso di una Laurea (o di diploma universitario di durata triennale) o di altro titolo conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

In particolare, per le lauree italiane (ex DM 270/2004): l'accesso è consentito a chi è in possesso di un titolo di studio della classe L16 (Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione), L18 (Scienze dell'economia e della gestione aziendale), L33 (Scienze economiche), L20 (Scienze della Comunicazione), L19 (Scienze dell'educazione e della formazione).

Sono ammissibili inoltre studenti in possesso di laurea di altre classi a condizione che soddisfino i requisiti curriculari indicati nel Regolamento didattico del corso di studi.

Ai sensi dell'art. 6, comma 2, del D.M. 279/04, per l'accesso al CdS sono richiesti particolari requisiti curriculari nonché il possesso di un'adeguata preparazione personale.

In particolare, lo studente dovrà dimostrare, con opportuna certificazione, di aver acquisito nel proprio curriculum universitario (compresi Master, Scuole di Specializzazione, ecc.) almeno 24 Cfu nei seguenti ambiti disciplinari:

Ambito informatico:

INF/01 INFORMATICA
ING-INF/01 ELETTRONICA
ING-INF/02 CAMPI ELETTROMAGNETICI
ING-INF/03 TELECOMUNICAZIONI
ING-INF/04 AUTOMATICA
ING-INF/05 SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI
ING-INF/06 BIOINGEGNERIA ELETTRONICA E INFORMATICA
ING-INF/07 MISURE ELETTRICHE E ELETTRONICHE

Ambito delle scienze umane e sociali:

SPS/07 - Sociologia generale
SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi

SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro
M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA
M-STO/05 STORIA DELLA SCIENZA E DELLE TECNICHE
M-FIL/02 LOGICA E FILOSOFIA DELLA SCIENZA

Ambito giuridico

IUS/01 DIRITTO PRIVATO
IUS/02 DIRITTO PRIVATO COMPARATO
IUS/04 DIRITTO COMMERCIALE
IUS/05 DIRITTO DELL'ECONOMIA
IUS/07 DIRITTO DEL LAVORO
IUS/08 DIRITTO COSTITUZIONALE
IUS/09 ISTITUZIONI DI DIRITTO PUBBLICO
IUS/10 DIRITTO AMMINISTRATIVO
IUS/13 DIRITTO INTERNAZIONALE
IUS/14 DIRITTO DELL'UNIONE EUROPEA
IUS/20 FILOSOFIA DEL DIRITTO
IUS/21 DIRITTO PUBBLICO COMPARATO

Ambito aziendale-organizzativo:

SECS-P/01 ECONOMIA POLITICA
SECS P/02 POLITICA ECONOMICA
SECS-P/04 STORIA DEL PENSIERO ECONOMICO
SECS-P/05 ECONOMETRIA
SECS-P/06 ECONOMIA APPLICATA
SECS-P/07 ECONOMIA AZIENDALE
SECS-P/08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE
SECS-P/10 ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
SECS-P/12 STORIA ECONOMICA
SECS-S/01 STATISTICA
SECS-S/02 STATISTICA PER LA RICERCA SPERIMENTALE E TECNOLOGICA
SECS-S/03 STATISTICA ECONOMICA
SECS-S/05 STATISTICA SOCIALE

Costituisce requisito d'accesso anche un'adeguata conoscenza della lingua inglese almeno ad un livello B2.

Il riscontro di eventuali carenze formative rispetto ai requisiti curriculari dovranno essere colmate prima dell'iscrizione al corso di studio.

I laureati in possesso dei requisiti richiesti dovranno sostenere un colloquio obbligatorio di verifica della preparazione personale, che mira a valutare competenze iniziali del candidato, in lingua italiana o in lingua inglese.

Caratteristiche della prova finale **(DM 270/04, art 11, comma 3-d)**

La prova finale consiste nella preparazione e discussione di un elaborato predisposto dallo studente coadiuvato da uno dei docenti del corso di studio e da un correlatore. Il lavoro di tesi deve essere sviluppato con ampia autonomia dallo studente e con l'apporto di significativi contributi originali che possono essere di carattere teorico, metodologico o progettuale. La discussione avviene in seduta pubblica dinanzi ad apposita Commissione di Laurea, nominata con disposto del Direttore del Dipartimento di Management, Economia e Territorio (DEMET). L'obiettivo consiste nel verificare la qualità, l'originalità e l'innovatività del lavoro in relazione al contesto scientifico ed applicativo di riferimento. Inoltre, la fase di elaborazione e poi di discussione dell'elaborato consentono di verificare il grado di autonomia di giudizio del candidato, le sue abilità comunicative rispetto a contenuti scientifici complessi.

<p>Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati</p>
<p>Esperto in innovazione digitale e comunicazione</p>
<p>funzione in un contesto di lavoro:</p> <p>Il laureato magistrale potrà ricoprire ruoli di alto profilo professionale di natura tecnico-manageriali in contesti che richiedono una buona conoscenza delle discipline dell'informatica, delle discipline umanistiche-sociologiche e manageriali.</p> <p>Il laureato, attraverso l'impiego di tecniche di Machine Learning, Intelligenza Artificiale e Business Analytics: identifica, raccoglie, analizza e interpreta dati inerenti le attività dell'organizzazione per estrarre informazione da coniugare con metodi e tecniche di gestione aziendale, con tecnologie e metodologie dell'informatica e delle scienze sociali.</p> <p>In particolare, il laureato sarà chiamato ad interpretare l'innovazione all'interno di organizzazioni imprenditoriali e amministrazioni pubbliche; progettare soluzioni per l'uso di tecnologie dell'informazione e della comunicazione in ambiti socio-comunicativi e giuridico-economici per l'ottimizzazione del governo e della gestione di organizzazioni imprenditoriali, pubblica amministrazione e istituzioni. Il riferimento, pertanto, è ad un profilo di alto livello professionale finalizzato allo sviluppo e alla gestione di servizi innovativi, basati sui dati e sui flussi di informazioni per aziende private, media company e istituzioni.</p>
<p>competenze associate alla funzione:</p> <p>Durante il percorso formativo lo studente acquisirà le competenze di seguito descritte, che gli permetteranno di svolgere le attività associate al ruolo professionale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competenze nell'uso di strumenti di analisi statistica, delle tecniche di Machine Learning, di Intelligenza Artificiale, di strumenti di Business Analytics per l'individuazione, estrazione ed elaborazione di dati a sostegno di scelte strategiche aziendali, dello sviluppo dei processi e piani operativi aziendali; - Competenze di base in ambito socio-comunicativo e giuridico-economico per il trattamento di dati digitali; - Competenze comunicative e relazionali interdisciplinari e in team-work.
<p>sbocchi occupazionali:</p> <p>Sbocchi occupazionali con funzioni di elevata responsabilità in ambito imprenditoriale, pubblico e privato, con particolare riferimento a realtà innovative che adottano le nuove tecnologie e infrastrutture digitali.</p> <p>In particolare, le competenze acquisite creeranno opportunità professionali in: istituti di ricerca e di analisi di mercato pubblici o privati; organizzazioni, pubbliche o private, orientate all'innovazione e alla promozione di servizi e prodotti per il consumatore, alla progettazione di nuovi servizi in ambito pubblico, o alla definizione di nuove strategie comunicative; aziende, anche di medio-piccole dimensioni, che ritengono strategico un utilizzo efficace delle informazioni disponibili nella pianificazione delle strategie di mercato, nell'innovazione di processo e prodotto e nella gestione dell'azienda.</p> <p>Grandi e medie aziende, pubblica amministrazione, enti di ricerca, società di consulenza, libero professionista.</p>
<p>Digital Strategist</p>
<p>funzione in un contesto di lavoro:</p> <p>Il Digital Strategist si occupa di disegnare, pianificare, gestire e monitorare la corretta esecuzione di una strategia, a tutti i livelli dell'organizzazione imprenditoriale, strutturata in ambienti digitali integrati con i canali tradizionali. Da un punto di vista organizzativo, svolge un ruolo di guida e integrazione di team inter-funzionali.</p> <p>Un professionista che si occupa di digitale deve, infatti, lavorare su tre piani: esperienza su campo, sperimentazione e formazione. Questo vale per chi si occupa di copywriting e di search engine optimization. Un digital strategist ha la responsabilità di integrare tutti i passaggi precedenti, in modo da garantire all'organizzazione l'accesso a tutti i canali (on-line e off-line) di comunicazione, monitorandone i KPI, acronimo di Key Performance Indicators, per poter valutare il buon andamento di una strategia digitale.</p>
<p>competenze associate alla funzione:</p> <p>Durante il percorso formativo lo studente acquisirà le competenze di seguito riportate e che gli permetteranno di svolgere le attività associate al ruolo professionale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze e competenze legate al management e al marketing digitale; - Conoscenze e competenze informatiche per l'identificazione di software, programmi indispensabili per l'analisi e il trattamento dei dati relativi a clienti e prodotti/servizi (ad esempio, CRM – Customer Relationship Management), e per la comprensione del funzionamento delle piattaforme digitali a supporto della strategia d'impresa (funnel per l'integrazione dell'off-line ed on-line); - Capacità manageriale, in particolare di project management, per gestire e monitorare i risultati dell'attività imprenditoriale promossa, in maniera integrata, tra ambienti digitali e tradizionali; - Capacità relazionali e comunicative utili al raccordo dei team-work.
<p>sbocchi occupazionali:</p> <p>Sbocchi occupazionali con funzioni di elevata responsabilità in ambito imprenditoriale, pubblico e privato, con particolare riferimento a realtà innovative che adottano le nuove tecnologie e infrastrutture digitali. Il riferimento è, in particolare, a grandi, medie e piccole realtà imprenditoriale, pubblica amministrazione, istituzioni, società di consulenza, libero professionista.</p>
<p>Datajournalist</p>
<p>funzione in un contesto di lavoro:</p> <p>Esperto dei linguaggi, convenzioni e audience delle piattaforme digitali utili alla pubblicazione dei contenuti e coerenti con il profilo del destinatario del messaggio; responsabile della progettazione, gestione e monitoraggio della strategia di comunicazione social, della redazione dei contenuti del piano editoriale di organizzazioni per media company, organizzazioni ad alto tasso tecnologico. Mira a sviluppare la comunicazione a partire dai dati; interpreta materiale di ricerca, basandosi su pratiche statistiche e usufruendo delle strutture digitali. Si tratta di una figura professionale emergente in grado di trattare, analizzare e gestire dati in modo approfondito, ovvero capace di estrarre ed elaborare significati importanti sul piano sociale, economico e politico da massicci flussi di informazioni. La figura professionale utilizza i dati a sostegno delle attività giornalistiche e per finalità genericamente comunicative e gestisce un'alta intensità di dati in un'ottica di sviluppo pratico delle conoscenze e delle abilità basate su sviluppo digitale, linguaggi di codifica informatica e applicazioni web.</p>
<p>competenze associate alla funzione:</p> <p>Durante il percorso formativo lo studente acquisirà le competenze di seguito riportate e che gli permetteranno di svolgere le attività associate al ruolo professionale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competenze statistiche-informatiche per l'adozione di software e programmi per l'analisi e il trattamento dei dati, per l'interpretazione ed elaborazione dati; - Competenze comunicative per la progettazione dei contenuti culturali e specificatamente rivolti alla produzioni creative nel marketing, sia di organizzazioni imprenditoriali che di imprese pubbliche e del Terzo Settore, per la creazione di prodotti chiari, per la diffusione dei contenuti e dei prodotti in ambienti digitali.
<p>sbocchi occupazionali:</p> <p>Grandi, medie e piccole realtà imprenditoriale, con particolare riferimento all'editoria e ai nuovi media operanti negli ambiti della comunicazione pubblicitaria, dell'organizzazione di eventi, della promozione di attrattori turistici e culturali, della divulgazione di carattere scientifico; pubblica amministrazione (uffici stampa e gestione di data base).</p>
<p>Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)</p>

- Analisti e progettisti di applicazioni web - (2.1.1.4.3)
- Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
- Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)

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

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Tecnologie dell'informatica	INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	24	44	24
Aziendale-organizzativo	MAT/09 Ricerca operativa SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/01 Statistica	22	30	-
Discipline umane, sociali, giuridiche ed economiche	M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	16	28	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti

62 - 102

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/14 - Diritto dell'unione europea SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio	12	12	12

Totale Attività Affini

12 - 12

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		8	8
Per la prova finale		12	12
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	-	-
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

26 - 26

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	100 - 140

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

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e non in ambiti di base o caratterizzanti : IUS/14)

La scelta di considerare il settore IUS/14 come affine in alternativa al settore Sps/10 è motivata in riferimento alla differente specificazione dei profili in uscita. Porre alternativa settori scientifico disciplinari effettivamente distanti dipende dalla volontà di caratterizzare:

- i profili di esperto in innovazione digitale e comunicazione e il digital strategist con competenze relative agli aspetti giuridici del processo di integrazione europea e rispetto alle politiche europee in materia soprattutto di policies dell'accountability;
- il profilo di datajournalist con competenze relative all'analisi sociologica del rapporto tra ambiente e società, con particolare riferimento all'impatto della comunicazione tanto nei contesti di vita metropolitani che nelle comunità locali e nei sistemi sociali rurali, cioè legati per tradizione culturale o vocazione produttiva ai processi agroalimentari.