



**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI LAUREA IN
COMUNICAZIONE E SOCIETÀ**

Il presente Regolamento disciplina l'organizzazione e il funzionamento del corso di laurea in Comunicazione e società, appartenente alla classe delle lauree L-20 - Scienze della comunicazione, attivato presso l'Università degli Studi di Milano.

In ottemperanza a quanto disposto dall'art. 11, comma 2, della legge 19 novembre 1990, n. 341, dall'art. 12 del D.M. 22 ottobre 2004, n. 270 e dal Regolamento didattico d'Ateneo, il presente Regolamento specifica, nel rispetto della libertà di insegnamento e dei diritti doveri dei docenti e degli studenti, gli aspetti organizzativi e funzionali del corso di laurea in Comunicazione e società, in analogia con il relativo Ordinamento didattico, quale definito nel Regolamento didattico d'Ateneo, nel rispetto della predetta classe di cui al D.M. 16 marzo 2007, alla quale il corso afferisce.

Art. 1 - Obiettivi formativi specifici del corso di laurea e profili professionali di riferimento

1. Il corso di laurea in Comunicazione e società si propone di fornire al laureato solide conoscenze di base nei principali settori della comunicazione e una buona padronanza delle metodologie e delle tecniche utili per acquisire le competenze necessarie per accedere alle molteplici professioni del mondo della comunicazione.

2. I risultati di apprendimento attesi al termine del corso di laurea in Comunicazione e società, espressi nel rispetto dei principi dell'armonizzazione europea secondo il sistema dei Descrittori europei del titolo di primo livello, sono di seguito precisati.

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il corso mira a fornire una buona preparazione metodologica di base, conoscenze e competenze tecniche associate a capacità espressive, sia scritte sia orali, e la conoscenza dei meccanismi di funzionamento e dei processi fondamentali dei settori della comunicazione, per poter ottenere una comprensione adeguata delle situazioni, dei contesti e dei media da utilizzare. I corsi di storia contemporanea, di sociologia, di economia, di diritto costituzionale e dell'informazione forniscono ai laureati della classe gli strumenti necessari per comprendere i contesti e le situazioni in cui si trovano ad operare, i vincoli giuridici e sociali, stimolando lo sviluppo di capacità di comprensione della realtà in cui si opera.

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

Nel percorso formativo grande importanza viene data alla capacità di utilizzare in modo efficace la lingua italiana e quella inglese, di utilizzare con padronanza strumenti informatici e multimediali, di conoscere e saper utilizzare le teorie e le tecniche quantitative e qualitative della comunicazione in diversi ambiti, di conoscere le norme giuridiche che regolano le comunicazioni, di approfondire i processi economici, le strategie di marketing e i linguaggi pubblicitari della comunicazione istituzionale e di impresa, e di possedere una buona conoscenza delle tecniche della comunicazione dei media tradizionali e dei media digitali. Questo obiettivo viene raggiunto attraverso lo studio dell'informatica, della statistica, della metodologia, della sociologia della comunicazione e dei media digitali, della semiotica, della lingua italiana con particolare riferimento alla scrittura per la quale sono previsti laboratori obbligatori per tutti gli iscritti, della lingua inglese, con particolare riferimento alla lingua dei media e della pubblicità, attraverso esercitazioni e laboratori con professionisti dei vari settori della comunicazione.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il corso è finalizzato al raggiungimento di un buon livello di comprensione di fenomeni complessi, capacità di giudizio autonomo e di risoluzione di problemi teorici e pratici complessi, connessi ai temi della comunicazione, organizzazione di campagne, impostazione e gestione di situazioni di crisi. Le attività didattiche, le esercitazioni e i laboratori, organizzati soprattutto nel terzo anno di corso, sono impostati sulla discussione di casi e sulla simulazione di situazioni e problemi particolari. La valutazione di queste attività didattiche (comunicazione interculturale, economia e tecnica della pubblicità, *crisis management*, comunicazione istituzionale interna e esterna, ecc.) tiene in considerazione la capacità di proporre soluzioni adeguate ai temi e problemi che ci si trova ad affrontare.

Abilità comunicative (communication skills)

I laureati devono dimostrare di saper comunicare efficacemente sia con i media digitali sia con quelli tradizionali, utilizzando scrittura, immagini, suoni. I laboratori di scrittura, di scrittura creativa, di inglese pubblicitario, di scrittura sul web e quelli radiofonici e televisivi previsti hanno l'obiettivo pedagogico di sviluppare le capacità comunicative sia scritte sia orali, sia visive sia sonore in lingua italiana e in lingua inglese. Queste attività sono impartite sotto forma di laboratori perché necessitano di modalità didattiche in piccoli gruppi di studenti per poter essere efficaci.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il corso prevede l'acquisizione di adeguate capacità per lo sviluppo e l'approfondimento di ulteriori competenze con riferimento a: gestione dell'informazione, di banche dati e altre risorse informatiche e di rete, strumenti conoscitivi di base per l'aggiornamento continuo delle conoscenze.

La prova finale viene considerata centrale nella valutazione dei risultati di apprendimento, poiché consente di ottenere un ulteriore elemento di valutazione sull'effettivo processo individuale di apprendimento di metodi e tecniche e capacità di un loro utilizzo efficace ed appropriato.

3. Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati.

Il corso intende formare laureati che possano inserirsi con adeguate competenze sia nel mondo della comunicazione, nelle istituzioni pubbliche, private e del non profit, come addetti stampa, alle relazioni pubbliche, alla gestione della comunicazione interna ed esterna, sia nel mondo dell'informazione, della pubblicità, del marketing, dell'organizzazione di eventi culturali e di sponsorizzazioni, della progettazione di prodotti multimediali, della creazione e gestione di siti web, di attività editoriali, giornalistiche e pubblicitarie.

In particolare, considerando i livelli iniziali delle professioni di cui ai codici ISTAT, esso prepara alle professioni di:

- 1) Tecnici della produzione di servizi (3.1.5.5.0)
- 2) Tecnici del marketing (3.3.3.5.0)
- 3) Tecnici della pubblicità (3.3.3.6.1)
- 4) Tecnici delle pubbliche relazioni (3.3.3.6.2)
- 5) Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale (3.4.3.2.0)

Concorrono al funzionamento del corso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche (referente principale/responsabile), e i Dipartimenti di Economia, management e metodi quantitativi, di Studi internazionali, giuridici e storico-politici, di Scienze della mediazione linguistica e di studi interculturali e di Studi storici (associati).

Art. 2 - Accesso

Per essere ammessi al corso di laurea in Comunicazione e società occorre possedere un diploma di scuola secondaria superiore o altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo, e un'adeguata preparazione iniziale. Per frequentare proficuamente il corso di laurea è, infatti, necessario avere acquisito conoscenze di base relative all'area linguistico-espressiva e alle capacità logico-matematiche.

Per essere ammessi al corso è necessaria la conoscenza della lingua inglese di livello B1 del Quadro europeo di riferimento.

Il corso è ad accesso programmato, previa autorizzazione del MIUR ai sensi dell'art.2 della legge 264/1999, per poter garantire laboratori, didattica innovativa, utilizzo di postazioni informatiche con idonea assistenza d'aula. Il numero è deliberato di anno in anno dagli Organi accademici competenti, previa valutazione delle risorse strutturali e strumentali disponibili per l'organizzazione, la gestione e il funzionamento del corso.

Per l'ammissione al corso di laurea in Comunicazione e società si applicano le disposizioni previste dal Regolamento didattico d'Ateneo e dal Regolamento della Facoltà di Scienze politiche, economiche e sociali.

In particolare per l'ammissione al corso gli studenti devono sostenere una prova nel corso della quale saranno verificate le competenze linguistico-espressive e le capacità logico-matematiche. Laddove deliberato dagli Organi accademici competenti, l'esito della prova potrà essere combinato con la valutazione del profitto scolastico con relativa ponderazione.

L'ammissione avviene sulla base della graduatoria predisposta secondo le modalità stabilite dai competenti Organi accademici, sino alla concorrenza del numero di posti disponibili.

La verifica delle conoscenze disciplinari necessarie per la frequenza del corso di laurea avviene contestualmente allo svolgimento della suddetta prova di selezione. Le conoscenze disciplinari di accesso si intendono positivamente verificate con il raggiungimento nella prova di ammissione della votazione minima indicata nel bando di concorso. Agli studenti ammessi con una votazione inferiore alla minima prefissata ai fini della verifica di cui sopra sono assegnati degli obblighi formativi aggiuntivi. Tali obblighi devono essere soddisfatti entro il primo anno di corso; qualora lo studente non assolva gli obblighi entro il predetto termine deve prendere iscrizione come ripetente del primo anno.

La conoscenza della lingua inglese è accertata attraverso il superamento di un apposito test, il cui esito non contribuisce alla formazione della graduatoria per l'ammissione. Possono essere esonerati dalla verifica della conoscenza della lingua inglese gli studenti in possesso delle corrispondenti certificazioni linguistiche, conseguite non oltre i 3 anni antecedenti alla data di presentazione della domanda di ammissione al corso. Qualora la verifica della lingua inglese non risulti positiva, è attribuito un obbligo formativo da soddisfare entro la fine del secondo anno di corso. In ogni caso il conseguimento dell'idoneità B1 di lingua inglese è propedeutico rispetto al sostenimento degli esami del terzo anno. Fermi restando i predetti vincoli, allo studente con obbligo linguistico che non superi la prova di inglese per il livello B1 è data facoltà di ripeterla.

Opzioni, trasferimenti e passaggi di corso devono sottostare alle norme relative alla limitazione dell'accesso.

Art. 3 - Organizzazione del corso di laurea

1. La durata normale del corso di laurea in Comunicazione e società è di tre anni.
 2. Gli insegnamenti possono essere impartiti su base semestrale o trimestrale. Gli insegnamenti possono anche essere impartiti in corsi coordinati pluridisciplinari; in tal caso i crediti attribuiti al corso coordinato saranno pari alla somma dei crediti dei singoli insegnamenti.
- Sono previsti anche laboratori, seminari, attività pratiche, partecipazione a stage e tirocini, svolti sia all'interno sia all'esterno dell'Ateneo, conferenze, convegni, precorsi con prove di

valutazione, corsi on line.

Per incentivare il processo di internazionalizzazione si prevede che alcuni dei corsi vengano tenuti in parallelo in italiano e in inglese.

3. Le competenze e gli strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione inerente ai settori di ricerca tipici del corso di laurea vengono forniti con l'erogazione di un laboratorio di Informatica (3 crediti) e un laboratorio di scrittura di lingua italiana (3 crediti); le relative abilità vengono accertate tramite giudizio di idoneità. Altri 3 crediti sono utilizzati per stage o attività ad esso assimilate o altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro.

Gli insegnamenti e le altre attività formative sono computati in crediti in relazione al numero di ore di didattica assistita.

4. Ai sensi dell'art. 5, comma 7, del DM 270/2004 sono riconoscibili conoscenze e abilità professionali certificate, nonché altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario alla cui progettazione e realizzazione l'università abbia concorso, per un massimo di 12 crediti.

Art. 4 - Settori scientifico-disciplinari e relativi insegnamenti

1. Gli insegnamenti ufficiali del corso di laurea in Comunicazione e società, definiti in relazione ai suoi obiettivi formativi, nell'ambito dei settori scientifico-disciplinari di pertinenza, sono i seguenti:

Antropologia culturale	M-DEA/01
Comunicazione di impresa	SPS/08
Comunicazione interculturale	SPS/08
Culture della comunicazione	SPS/08
Comunicazione e differenze culturali	SPS/08
Comunicazione politica	SPS/11
Sociologia politica	SPS/11
Comunicazione e azione collettiva	SPS/08
Cultura inglese	L-LIN/10
Demografia	SECS-S/04
Diritto costituzionale	IUS/08
Diritto dell'informazione	IUS/10
Diritto pubblico e dell'informazione	IUS/09+IUS/10
Diritto privato	IUS/01
Diritto di Internet	IUS/08
Diritto delle comunicazioni elettroniche	IUS/08
Diritto delle comunicazioni digitali	IUS/08
Diritto della protezione dati	IUS/08
Economia aziendale	SECS-P/07
Economia politica	SECS-P/01
Istituzioni di economia	SECS-P/01
Economia e media	SECS-P/06
Economia dei media	SECS-P/06
Economia della comunicazione	SECS-P/06
Economia e industria dei media	SECS-P/06
Economia dell'informazione	SECS-P/06
Economia e tecnica della pubblicità	SECS-P/08
Geopolitica	SPS/04
Organizzazione e sviluppo delle risorse umane	SECS-P/10

D.R. 0296695 del 21 settembre 2015

D.R. 25 del 27 settembre 2016

D.R. 3674/17 repertorio registri del 9.10.2017

D.R. 4402 repertorio registri del 12.11.2019

Geografia politica-economica	M-GGR/02
Organizzazione e risorse umane	SPS/09
Informatica generale	INF/01
Informatica	INF/01
Informazione e Costituzione	IUS/09+10
Public Law	IUS/09
Lingua inglese	L-LIN/12
Languages of the media	L-LIN/11
Lingua e traduzione - lingua francese	L-LIN/04
Lingua e traduzione - lingua spagnola	L-LIN/07
Lingua e traduzione - lingua tedesca	L-LIN/14
Lingua e traduzione - lingua inglese	L-LIN/12
Lingua italiana	L-FIL-LET/12
Lingua italiana e comunicazione	L-FIL-LET/12
Marketing e strategia d'impresa	SECS-P/08
Product Management	SECS-P/08
Services Marketing & Management	SECS-P/08
Gestione e comunicazione di impresa	SECS-P/08
Gestione e comunicazione di impresa	SPS/08
Comunicazione economico-finanziaria	SPS/08
Metodi e tecniche della comunicazione di massa	SPS/08
Nuovi media e comunicazione	SPS/08
Media digitali	L-ART/06
Nuovi media e comunicazione	L-ART/06
Metodologia della ricerca sociale	SPS/07
Metodi e tecniche della ricerca sociale	SPS/07+ SECS-S/01
Ricerca qualitativa nelle organizzazioni sociali	SPS/07
Metodologia delle scienze sociali	SPS/07
Organizzazione internazionale	IUS/13
Diritto internazionale della comunicazione	IUS/13
Diritto internazionale della comunicazione	IUS/14
Diritto europeo della comunicazione	IUS/14
Libertà di espressione	IUS/08
Processi di globalizzazione	SPS/07
Processi di globalizzazione	SPS/10
Psicologia cognitiva	M-PSI/01
Psicologia generale	M-PSI/01
Psicologia della comunicazione	M-PSI/06
Scienza politica	SPS/04
Politica dell'integrazione europea	SPS/04
Semiotica	M-FIL/05
Sistemi sociali comparati	SPS/07
Sistemi socio-economici comparati	SPS/09
Organizzazione e sviluppo delle risorse umane	SPS/11
Organizzazione e sviluppo delle risorse umane	SECS-P/10
Organizzazione e risorse umane	SECS-P/10
Relazioni interculturali	SPS/08
Sociologia delle relazioni interculturali	SPS/08
Sociolinguistica	L-LIN/01

D.R. 0296695 del 21 settembre 2015

D.R. 25 del 27 settembre 2016

D.R. 3674/17 repertorio registri del 9.10.2017

D.R. 4402 repertorio registri del 12.11.2019

Sociolinguistica	SPS/08
Processi globali dell'informazione	SPS/07
Sociologia	SPS/07
Sociologia e cultura	SPS/08
Sociology	SPS/07
Sociologia dei consumi	SPS/08
Sociologia dei processi culturali	SPS/08
Processi culturali e di consumo	SPS/08
Sociologia dei processi culturali e migratori	SPS/08
Sociologia della famiglia	SPS/08
Sociologia della famiglia e dei corsi di vita	SPS/08
Relazioni affettive, famiglie e corsi di vita	SPS/08
Sociologia dell'ambiente e del territorio	SPS/10
Sociologia dei fenomeni migratori	SPS/10
Sociologia della comunicazione	SPS/08
Sociologia dei media	SPS/08
Sociologia dei processi di globalizzazione	SPS/07
Sociologia politica	SPS/11
Comunicazione istituzionale e pubblica	SPS/08
Comunicazione e pubblicità	SPS/08
Immagine e comunicazione	SPS/08
Linguaggi radio-televisivi	SPS/08
Comunicazione inter-culturale	SPS/08
Statistica	SECS-S/01
Storia contemporanea	M-STO/04
Contemporary History	M-STO/04
Storia contemporanea e della comunicazione di massa	M-STO/04
Storia sociale dei media	M-STO/04
Storia delle comunicazioni di massa	M-STO/04
Storia del giornalismo	M-STO/04
Storia della radio e della televisione	L-ART/06
Linguaggi dei media	L-ART/06
Mass media e comunicazione	L-ART/06

Eventuali insegnamenti aggiuntivi, nell'ambito dei settori sopra riportati, sono inseriti su proposta del Consiglio del Dipartimento competente, approvata dal Senato Accademico. In casi eccezionali e motivati, eventuali insegnamenti aggiuntivi possono essere inseriti direttamente nel manifesto degli studi.

La struttura e l'articolazione specifica, gli obiettivi e i risultati di apprendimento di ciascun insegnamento e delle altre attività formative, con l'indicazione di ogni elemento utile per la relativa fruizione da parte degli studenti iscritti, sono specificati annualmente, tramite l'immissione nel gestionale w4, nel manifesto degli studi e nella guida ai corsi di studio predisposta dalle competenti strutture dipartimentali. In tale guida sono altresì riportati i programmi di ogni insegnamento.

Art.5 - Piano didattico

1. Il percorso didattico del corso di laurea in Comunicazione e società si sviluppa come di seguito descritto:

Insegnamenti	Tipologia di attività	Settori scientifico-disciplinari	Crediti
Informatica generale	Base	INF/01	6
Sociolinguistica *	Base	L-LIN/01	9
Lingua inglese *	Base	L-LIN/12	9
Sociologia e cultura *	Base	SPS/08	9
Media digitali	Caratterizzante	L-ART/06	9
Marketing e strategie d'impresa	Caratterizzante	SECS-P/08	9
Sociologia della comunicazione	Caratterizzante	SPS/08	9
Psicologia della comunicazione *	Caratterizzante	M-PSI/06	9
Economia e industria dei media *	Caratterizzante	SECS-P/06	9
Organizzazione e risorse umane <i>oppure</i> Processi globali dell'informazione	Caratterizzante	SECS-P/10 SPS/07	6
Metodi e tecniche della ricerca sociale	Caratterizzante	SECS-S/01 SPS/07	6 6
Culture della comunicazione	Caratterizzante	SPS/08	9
Ricerca qualitativa nelle organizzazioni sociali <i>oppure</i> Sociologia dei processi culturali <i>oppure</i> Sociologia della famiglia e dei corsi di vita	Caratterizzante	SPS/07 SPS/08 SPS/08	6
Informazione e costituzione *	Caratterizzante	IUS/09+IUS/10	12
Storia contemporanea *	Caratterizzante	M-STO/04	6
Diritto europeo della comunicazione	Affine	IUS/14	6
Languages of the media	Affine	L-LIN/11	6
Diritto di Internet <i>oppure</i> Libertà di espressione <i>oppure</i> Economia e tecnica della pubblicità	Affine	IUS/08 IUS/08 SECS-P/08	6
Laboratorio di scrittura di lingua italiana	Altre attività	L-LIN/01	3
Laboratorio di informatica	Altre attività	INF/01	3
Laboratori/stage/tirocini	Altre attività		3

Le discipline contrassegnate dall'asterisco sono propedeutiche agli esami del terzo anno. Inoltre Sociologia e cultura è propedeutica a Sociologia della comunicazione, a Comunicazione interculturale e a Media digitali; Marketing e strategie d'impresa è propedeutica a Economia e tecnica della pubblicità. Ulteriori propedeuticità possono essere inserite nel Manifesto degli studi.

Nel caso di insegnamenti che prevedono l'opzione tra l'edizione in lingua italiana e l'edizione in lingua inglese, possono sostenere l'esame relativo ad insegnamenti in lingua inglese gli studenti in possesso di un'adeguata conoscenza di tale lingua. Il livello di conoscenza richiesto e le modalità del suo accertamento sono specificati all'interno del Manifesto degli studi.

2. Al fine del raggiungimento dei 180 crediti richiesti per il conseguimento della laurea lo studente deve acquisire:

- 12 crediti scegliendo liberamente insegnamenti o moduli di insegnamenti nell'ambito degli insegnamenti impartiti nel corso di laurea oppure in altri corsi di laurea della Facoltà o dell'Ateneo. Rientra nelle facoltà dello studente disporre dei 12 crediti in questione per incrementare il suo impegno in insegnamenti già previsti nel suo curriculum di riferimento, acquisendo ulteriori crediti oltre a quelli stabiliti, fino a un massimo di 12 crediti per insegnamento.
- 6 crediti relativi alla prova finale che consiste nella preparazione di un elaborato scritto, anche in una delle lingue straniere insegnate nel corso di laurea, o su supporto digitale relativo a un argomento concordato precedentemente con un docente della Facoltà o di una relazione scritta che abbia per argomento l'attività di tirocinio o stage compiuto dallo studente.
- Lo studente è inoltre tenuto ad assolvere agli altri vincoli previsti dall'Ordinamento didattico del corso di laurea, come riportati nel precedente articolo 3.

Gli studenti possono discostarsi dal percorso formativo sopra proposto, nei limiti stabiliti dal Regolamento della Facoltà di Scienze politiche, economiche e sociali, presentando, con le modalità e nei termini previsti dalla normativa di Ateneo e dal medesimo Regolamento di Facoltà, propri piani di studi individuali, che devono essere esaminati secondo le procedure ed entro le scadenze stabilite dalle norme richiamate.

Art.6 - Organizzazione della Assicurazione della Qualità

In conformità al modello che l'Ateneo ha delineato ai fini della messa in opera del Sistema di Gestione della Qualità, è stato costituito il Gruppo di Gestione AQ del corso di studio, composto da almeno un docente del Collegio didattico interdipartimentale, denominato Referente AQ. In particolare, il Referente AQ è incaricato di guidare il sistema interno di qualità e di sovrintendere all'attuazione della policy della qualità definita dagli Organi di governo dell'Ateneo mediante l'adozione delle modalità procedurali all'uso determinate dal Presidio della Qualità, con cui si coordina. Oltre che con il Collegio didattico e le strutture dipartimentali di riferimento, il Referente AQ si relaziona con la Commissione paritetica docenti-studenti competente per il corso di studio e con il Gruppo di Riesame guidato dal Presidente del Collegio.

Operano inoltre nella organizzazione della AQ

Il responsabile del riesame (Presidente del Collegio), per il coordinamento del gruppo di Riesame, e la verifica della rispondenza dell'offerta didattica alla mission originale del corso;

Il tutor programma Erasmus, preposto a incrementare l'internazionalizzazione del corso e monitorare l'andamento dei progetti di internazionalizzazione in essere, con particolare attenzione ai progetti di scambio Erasmus; Lo studente che rappresenta le istanze e le necessità degli studenti.