

Università	Università degli Studi di MILANO
Classe	LM-92 R - Teorie della comunicazione
Nome del corso in italiano	Editoria, culture della comunicazione e della moda <i>modifica di:</i> <i>Editoria, culture della comunicazione e della moda</i> (1347487)
Nome del corso in inglese	Publishing and communication, fashion cultures
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	CBH-0
Data di approvazione della struttura didattica	30/10/2024
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	10/12/2024
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	16/01/2014 - 01/03/2024
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	30/01/2014
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://eccm.cdl.unimi.it/it
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Studi storici
Altri dipartimenti	Beni culturali e ambientali Filosofia "Piero Martinetti" Studi letterari, filologici e linguistici
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	24 - max 24 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-92 R Teorie della comunicazione

a) Obiettivi culturali della classe

I corsi della classe hanno lo scopo di formare laureate e laureati altamente qualificati nelle teorie e nelle tecniche della comunicazione e capaci di occupare posizioni di responsabilità. I laureati e le laureate magistrali nella classe devono possedere:- una conoscenza avanzata dei fondamenti della comunicazione e dell'informazione;

- teorie e linguaggi dell'informazione e della comunicazione;

- una formazione interdisciplinare specialistica nelle discipline cognitive e dei linguaggi;

- competenze atte all'applicazione di un approccio multidisciplinare teorico e critico alla produzione di contenuti e linguaggi originali, innovativi e coerenti con le peculiarità dei settori di intervento nelle diverse industrie culturali a livello nazionale e internazionale;

- capacità di applicare le competenze della comunicazione digitale in diversi contesti per la produzione di contenuti a carattere sociale, culturale, politico e promozionale, e di produrre prototipi comunicativi multimediali.

b) Contenuti disciplinari indispensabili per tutti i corsi della classe

I corsi della classe comprendono attività finalizzate all'acquisizione di conoscenze avanzate nei seguenti campi:- tecniche e tecnologie della comunicazione;

- struttura e funzionamento dei diversi mezzi di comunicazione, sia tradizionali sia digitali;

- teorie e metodologie, di tipo interdisciplinare e di livello specialistico, nelle discipline che caratterizzano i singoli percorsi di laurea;

- competenze per lo sviluppo di ricerca progettuale nell'ambito della comunicazione.

c) Competenze trasversali non disciplinari indispensabili per tutti i corsi della classe

Le laureate e i laureati magistrali nei corsi della classe devono essere in grado di:- comunicare in forma adeguata contenuti appresi o risultati di ricerche e analisi di settore;

- dialogare efficacemente con esperti di specifici settori applicativi, comprendendo le necessità degli ambiti in cui si troveranno a operare e suggerendo soluzioni efficaci;

- essere in grado di inserirsi in gruppi e contesti di lavoro, anche di carattere internazionale, in cui siano presenti competenze e professionalità diverse;

- mantenere costantemente aggiornate le proprie conoscenze e competenze anche attraverso l'acquisizione di nuovi strumenti e nuove tecniche di analisi.

d) Possibili sbocchi occupazionali e professionali dei corsi della classe

I principali sbocchi per le laureate e i laureati della classe, con funzioni di elevata responsabilità, sono, tra gli altri: analisi, ideazione e realizzazione di sistemi comunicativi ibridi o integrati, con riferimento particolare alla produzione di contenuti digitali e multimediali per imprese culturali e creative (ad esempio, content editor, sceneggiatore, copy writer, produttori di audiovisivi, storytelling, ecc.); promozione e gestione di tali sistemi e della loro innovazione al fine di valorizzare l'industria culturale a livello nazionale e internazionale.

e) Livello di conoscenza di lingue straniere in uscita dai corsi della classe

Oltre l'italiano, le laureate e i laureati nei corsi della classe devono essere in grado di utilizzare fluentemente almeno una lingua straniera, in forma scritta e orale, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

f) Conoscenze e competenze richieste per l'accesso a tutti i corsi della classe

L'ammissione ai corsi della classe richiede il possesso di un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici generali nelle discipline di base e della comunicazione, propedeutiche a quelle caratterizzanti della presente classe.

g) Caratteristiche della prova finale per tutti i corsi della classe

La prova finale prevede la realizzazione di un lavoro di progettazione, ricerca o analisi di caso che dimostri la padronanza degli argomenti sul piano teorico e applicativo e la capacità di operare in modo autonomo nel campo della comunicazione.

h) Attività pratiche e/o laboratoriali previste per tutti i corsi della classe

I corsi della classe possono prevedere attività pratiche e/o laboratoriali finalizzate all'approfondimento di conoscenze linguistiche e informatiche, nonché allo sviluppo di abilità e competenze per la realizzazione di contenuti multimediali e digitali.

i) Tirocini previsti per tutti i corsi della classe

I corsi di studio possono prevedere attività di tirocinio e stage presso organizzazioni in Italia e/o all'estero, presso enti, aziende e organizzazioni non profit, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Nucleo di Valutazione, preso visione della documentazione fornita, ritiene che essa dimostri che:

1) nella proposta sono stati presi correttamente in considerazione i requisiti previsti dal D.M. 16/03/2007 e D.M. 22/09/2010, in particolare per quanto riguarda: motivazione alla base del progetto, obiettivi formativi, sbocchi professionali;

2) i risultati di apprendimento attesi sono esplicitamente definiti;

3) l'accesso al corso non prevede restrizioni sul numero di iscritti. Il corso si riserva di valutare l'eventuale inserimento di una limitazione degli accessi compatibilmente con le risorse logistiche, organizzative (attività laboratoriali, stage e tirocini, ecc.) e strutturali disponibili per il suo funzionamento;

4) Le parti sociali sono state adeguatamente consultate e tutti gli interpellati hanno apprezzato l'attenzione posta verso l'importanza e la peculiarità di una

formazione qualificata di stampo umanistico per figure professionali tuttora molto richieste dal mercato, che proprio sul territorio milanese possono godere di concrete prospettive di inserimento. Sono previsti ulteriori incontri per la verifica in itinere del progetto formativo.

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

Durante le prime consultazioni delle parti interessate, che si sono svolte il 16 e il 22 gennaio 2014, sono state coinvolte importanti organizzazioni professionali e amministrative a livello territoriale intorno ai risultati di apprendimento attesi e agli obiettivi finali: la Fondazione Corriere della Sera RCS, a proposito degli aspetti formativi pertinenti l'editoria; il Comune di Milano, tramite l'Assessorato alle Politiche per il lavoro e allo Sviluppo economico (con delega alla moda), per gli aspetti di comunicazione e moda; la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Milano, per le tematiche del lavoro che interessano tutti gli ambiti professionali a cui si rivolge il nuovo Corso di laurea magistrale.

Le risposte sono state decisamente positive, con una forte sottolineatura dell'importanza e della peculiarità di una formazione qualificata di stampo umanistico per figure professionali molto richieste dal mercato, che proprio sul territorio milanese e lombardo possono godere di prospettive concrete di inserimento.

Nell'ultima consultazione delle parti interessate, che si è svolta il 1° marzo 2024, sono state sentite ulteriori organizzazioni professionali, le quali hanno espresso parere positivo rispetto alle proposte di revisione dell'ordinamento didattico, nella direzione di un profilo formativo con una maggiore attenzione per le competenze in lingua inglese e i temi della comunicazione digitale e dell'intelligenza artificiale.

Sono previsti altri incontri per la verifica in itinere del progetto formativo.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda ha le finalità seguenti:

a) sviluppare attitudini professionali che garantiscano una visione completa delle attività produttive del sistema editoriale e delle sue generali problematiche, dalla produzione al consumo, con riferimento specifico all'editoria libraria, offrendo un ventaglio di approfondimenti riconducibili ai diversi ambiti della cultura editoriale, intesa come studio della trasmissione dei testi e analisi delle tecniche necessarie per la pubblicazione a stampa o in digitale;

b) fornire competenze storiche, linguistiche, letterarie, retoriche, filosofiche, logiche, con attenzione ai principi dell'Information and Communication Technology (ICT), nonché conoscenze teorico-metodologiche, utili per pervenire ad analisi approfondite dei sistemi comunicativi e dei linguaggi mediologici e settoriali, allo scopo di produrre testi e progettare modelli comunicativi, da applicare nell'ambito della pubblicità, dei mass media e della comunicazione di impresa;

c) fornire competenze miranti alla formazione di professionisti capaci di operare nel campo della moda, dotati di una solida preparazione umanistica e interdisciplinare, in grado di rispondere alla domanda di nuove figure professionali emergenti in un contesto ormai consolidato e sensibile non solo ai risvolti strettamente commerciali, bensì anche alla valorizzazione del patrimonio culturale e del Made in Italy (con comunicazione specializzata, archivi, musei, mostre tradizionali e digitali, siti web, etc.).

Il percorso formativo prevede attività caratterizzanti – obbligatorie oppure a scelta – articolate in discipline artistiche, filosofiche, informatiche, linguistiche, psicologiche e sociologiche (riguardanti cinema, fotografia e televisione, estetica, glottologia e linguistica, informatica, linguistica italiana, psicologia sociale e sociologia dei processi culturali e comunicativi), che caratterizzano il Corso di laurea magistrale attraverso una attenzione particolare sia alle teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione, sia alle discipline socio-economiche, storico-politiche, cognitive e mediali. Una forma di attenzione ulteriore è espressa nei riguardi di fondamentali discipline sociali, economiche e giuridiche come quelle demotnoantropologiche, la storia contemporanea e la storia delle dottrine politiche. Completano il percorso didattico alcune attività formative affini o integrative, e facoltative – come quelle archivistico-bibliografiche e biblioteconomiche, l'economia aziendale, la letteratura italiana contemporanea, la storia dell'arte contemporanea, la storia delle istituzioni politiche e la storia moderna –, che arricchiscono il profilo complessivo del Corso di laurea magistrale.

L'attenzione alla componente professionalizzante, peculiare di questo Corso di laurea, è presente sia in alcuni insegnamenti, sia in attività di laboratorio al primo anno. In particolare, il lavoro laboratoriale e il tirocinio (quest'ultimo previsto al secondo anno presso università, aziende o enti) sono finalizzati allo sviluppo di abilità necessarie all'elaborazione e all'analisi di dati oppure alla produzione di testi informativi e comunicativi per media tradizionali e digitali. Al termine del percorso di studi è contemplato il conseguimento di un certificato di lingua inglese di livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

Le laureate e i laureati del Corso di laurea magistrale acquisiranno, inoltre, indispensabili competenze trasversali che permetteranno loro di operare in differenti ambiti mediali, inserendosi efficacemente in contesti professionali con un elevato grado di autonomia e sviluppando attitudini al lavoro di gruppo. Sapranno comunicare adeguatamente gli obiettivi e gli esiti delle analisi e delle ricerche svolte (dialogando efficacemente con esperti di settore) e sapranno mantenere aggiornate costantemente le proprie conoscenze, anche con l'acquisizione di nuovi mezzi e nuovi strumenti di analisi e ricerca.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

In qualità di attività formative affini o integrative, completano il percorso didattico del Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, per un totale di almeno 12 crediti formativi universitari (cfu), tutte le discipline che arricchiscono le conoscenze d'area umanistica del Corso di laurea magistrale e concorrono al raggiungimento delle competenze teoriche e metodologiche di alto profilo, volte alla formazione di figure professionali in grado di comprendere la struttura e il funzionamento dei diversi mezzi di comunicazione, contribuire all'analisi, alla progettazione e realizzazione di modelli e di prototipi, progettare studi e attività di ricerca nell'ambito della comunicazione, con la possibilità di approfondire linee disciplinari diverse, in uno o più ambiti specifici.

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)

Particolare attenzione è dedicata all'acquisizione di competenze per l'uso consapevole ed efficace della lingua italiana, in relazione alle diverse specificità professionali e ai linguaggi dei media. Alla fine del biennio le studentesse e gli studenti dovranno conoscere, inoltre, le tecniche informatiche avanzate, finalizzate ai possibili sbocchi lavorativi, e le principali discipline di ambito storico, letterario, linguistico, filosofico e artistico, utili a svolgere le attività riguardanti l'ambito dell'editoria, della comunicazione e della moda, in contesto nazionale e internazionale. Queste conoscenze e competenze sono conseguite dalle studentesse e dagli studenti attraverso sia la partecipazione a lezioni frontali, laboratori, seminari e tirocini, sia lo studio individuale, come previsto dalle stesse attività formative. La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene grazie a possibili prove di verifica intermedia, esercitazioni teoriche e pratiche, esami finali orali e scritti.

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

Alla fine del biennio le studentesse e gli studenti dovranno essere in grado di applicare le conoscenze e le capacità acquisite negli ambiti lavorativi inerenti al percorso formativo. In particolare, dovranno saper adattare le conoscenze teoriche e pratiche nei campi sia della comunicazione tradizionale orale e scritta (editoria, stampa, etc.), sia delle attività organizzative riguardanti i mass media (radio, televisione, cinema, giornali, etc.) e i nuovi strumenti digitali e informatici.

La verifica del raggiungimento, da parte delle studentesse e degli studenti, della capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene attraverso sia lezioni frontali, laboratori, seminari e tirocini, sia ore di studio individuale, come previsto dalle stesse attività formative. I risultati del percorso formativo vengono valutati grazie a possibili prove di verifica intermedia, esercitazioni teoriche e pratiche, esami finali orali e scritti.

Per l'acquisizione di queste capacità, oltre a laboratori e tirocini, è prevista, nel quadro degli accordi internazionali in vigore, la possibilità di soggiorni di studio e traineeship presso università straniere.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Le studentesse e gli studenti dovranno dimostrare di aver acquisito, nei diversi ambiti disciplinari e in prospettiva transdisciplinare, conoscenze e competenze per poter formulare riflessioni mature e individuali. Sicura capacità critica e, conseguentemente, autonomia di giudizio sono requisiti per l'inserimento ai livelli avanzati del mondo dell'editoria, della comunicazione e della moda, attraverso la ricerca di mezzi comunicativi e di forme culturali ed espressive originali e moderne. Un ruolo autonomo nel mondo della comunicazione deve basarsi sul possesso sicuro tanto dei contenuti scientifici generali

e degli strumenti applicativi, quanto di solidi riferimenti nella cultura, nella storia, negli studi teorici sulla comunicazione, ma anche di concrete basi ermeneutiche e analitiche, applicate a generali fenomeni culturali. Le discipline storiche, letterarie, filosofiche e logiche svolgono un ruolo centrale nel raggiungimento di questi obiettivi. All'attività didattica disciplinare (lezioni frontali, eventuali prove intermedie, esami di profitto, lavoro laboratoriale e tirocinio) si aggiunge, ai fini dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio, l'attività svolta nell'elaborazione della tesi di laurea.

Abilità comunicative (communication skills)

Le diverse forme della comunicazione, che rappresentano un interesse caratterizzante del Corso di laurea magistrale, assumono un ruolo decisivo all'interno sia della riflessione critica, sia delle prassi operative in diversi settori della cultura, dell'informazione e dell'imprenditoria.

Le studentesse e gli studenti acquisiranno solide abilità nella comunicazione, che si manifesteranno in una sicura padronanza della capacità di scrittura in lingua italiana, della trasmissione orale delle conoscenze (anche in lingua straniera) e dell'uso degli strumenti messi a disposizione dall'informatica.

Concorrono al raggiungimento e alla verifica di queste conoscenze gli insegnamenti attivati nell'area della linguistica e della letteratura, della filosofia e della cultura visuale.

Le attitudini e l'abilità nella comunicazione possono venire potenziate per mezzo di soggiorni all'estero, anche tramite programmi di mobilità e scambio internazionale di studentesse e studenti.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Le studentesse e gli studenti dovranno dimostrare di avere acquisito competenze specifiche, oltre che con il superamento degli esami di profitto e la frequenza del laboratorio e del tirocinio, anche con l'individuazione e l'analisi di materiale bibliografico, la consultazione di banche dati e altre informazioni in rete. In questo modo, potranno aggiornare le proprie conoscenze, anche in vista del lavoro di elaborazione della tesi di laurea, che svolge un ruolo centrale nello sviluppo di capacità e attitudini alla ricerca e all'apprendimento. La realizzazione della tesi finale richiede, infatti, che le studentesse e gli studenti provvedano in autonomia al reperimento di documenti e bibliografia relativi alla traccia di lavoro concordata con i docenti di riferimento, anche tramite ricerca individuale di informazioni presso istituti di ricerca, archivi e biblioteche, italiani e stranieri. Sarà, infine, compito delle studentesse e degli studenti rielaborare in modo autonomo e con capacità critica i dati e le informazioni acquisite, al fine di giungere a una sintesi personale e a un contributo originale nell'ambito del percorso formativo prescelto.

Conoscenze richieste per l'accesso

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

1. Sono ammessi al Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda le laureate e i laureati nella classe di laurea triennale L-20 "Scienze della comunicazione";

2. Sono ammessi inoltre le laureate e i laureati nelle seguenti classi di laurea triennale:

L-1 "Beni culturali"

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

L-5 "Filosofia"

L-10 "Lettere"

L-19 "Scienze dell'educazione e della formazione"

L-42 "Storia"

che abbiano acquisito almeno 60 crediti formativi universitari (cfu) nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, 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,

L-ART/02 Storia dell'arte moderna, L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea, L-ART/05 Discipline dello spettacolo, L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione, L-ART/07 Musicologia e storia della musica, L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana, L-FIL-LET/13 Filologia della letteratura italiana, L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate, L-LIN/01

Glottologia e linguistica, L-LIN/03 Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN/05 Letteratura spagnola, L-LIN/06 Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11 Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN/21

Slavistica, M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza, M-FIL/03 Filosofia morale, M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi, M-FIL/06 Storia della filosofia, M-GGR/01 Geografia, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporanea, SPS/01 Filosofia politica, SPS/02 Storia delle dottrine politiche, SPS/03 Storia delle istituzioni politiche, SPS/04 Scienza politica, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi, SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici.

3. Infine, sono ammessi le laureate e i laureati provenienti da corsi di laurea triennali di altre classi, o da accademie, istituti d'arte e di design, che abbiano acquisito almeno 9 crediti formativi universitari (cfu) in ciascuno dei seguenti raggruppamenti:

a) L-ART/02 Storia dell'arte moderna, L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea, L-ART/05 Discipline dello spettacolo, L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione, L-ART/07 Musicologia e storia della musica

b) L-FIL-LET/10 Letteratura italiana, L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea, L-FIL-LET/12 Linguistica italiana

c) M-FIL/04 Estetica, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi

d) M-STO/02 Storia moderna, M-STO/04 Storia contemporanea

e che abbiano acquisito almeno altri 54 cfu nei seguenti settori scientifico-disciplinari, per un totale di 90 cfu:

INF/01 Informatica, ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni, 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, L-FIL-LET/13 Filologia della letteratura italiana, L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate, L-LIN/01 Glottologia e linguistica, L-LIN/03

Letteratura francese, L-LIN/04 Lingua e traduzione - Lingua francese, L-LIN/05 Letteratura spagnola, L-LIN/06 Lingue e letterature ispano-americane, L-LIN/07 Lingua e traduzione - Lingua spagnola, L-LIN/10 Letteratura inglese, L-LIN/11 Lingue e letterature anglo-americane, L-LIN/12 Lingua e traduzione - Lingua inglese, L-LIN/13 Letteratura tedesca, L-LIN/14 Lingua e traduzione - Lingua tedesca, L-LIN/21 Slavistica, M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche, M-FIL/01 Filosofia teoretica, M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza, M-FIL/03 Filosofia morale, M-FIL/06 Storia della filosofia, M-GGR/01 Geografia, M-PSI/01 Psicologia generale, M-PSI/05 Psicologia sociale, SPS/01 Filosofia politica, SPS/02 Storia delle dottrine politiche, SPS/03 Storia delle istituzioni politiche, SPS/04 Scienza politica, SPS/07 Sociologia generale, SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi, SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici.

4. Le candidate e i candidati con titolo di studio estero saranno valutati in base al loro academic transcript e alla loro conoscenza della lingua italiana.

5. Per coloro che hanno conseguito una laurea triennale o un titolo equivalente, al fine di iscriversi al Corso di laurea magistrale in Editoria, culture della comunicazione e della moda, è necessario essere in possesso di una certificazione della conoscenza della lingua inglese di livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le lingue (QCER).

6. Il Corso di laurea magistrale si riserva di valutare l'eventuale limitazione degli accessi in relazione alle risorse umane, logistiche, organizzative (attività di laboratori e tirocini, etc.) e strutturali disponibili per il proprio funzionamento.

Caratteristiche della prova finale

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

Lo svolgimento della prova finale si realizza sotto la guida di una relatrice o un relatore, e porta le studentesse e gli studenti a effettuare ricerche in archivi pubblici e privati, a elaborare dati statistici, a creare bibliografie ragionate, a consultare testi di approfondimento, pubblicati in Italia e all'estero. Le studentesse e gli studenti verificano e rafforzano, così, le proprie capacità di scrittura e organizzazione del testo. Qualora la prova finale non consista in un elaborato scritto, bensì in un progetto, una ricerca sul campo oppure un prodotto informatico o multimediale, le studentesse e gli studenti saranno chiamati ad applicare le proprie conoscenze e a dimostrare le proprie capacità di elaborazione. In entrambi i casi, le studentesse e gli studenti realizzeranno un lavoro conclusivo originale, tramite il quale non soltanto metteranno a frutto le abilità acquisite nell'ambito di riferimento, ma genereranno risultati innovativi. La preparazione della prova finale potrà portare le studentesse e gli studenti a una specifica interazione con il mondo del lavoro, attraverso il reperimento di dati e documenti oppure la realizzazione di interviste a figure professionali di particolare rilievo.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate
<p>funzione in un contesto di lavoro: Gli specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e di professioni assimilate promuovono le relazioni pubbliche e l'immagine di un'impresa o di un'organizzazione scrivendo testi, selezionando e diffondendo materiale pubblicitario, organizzando e sponsorizzando eventi di particolare importanza e visibilità, attività con azioni benefiche a favore della popolazione e attività simili, non direttamente collegate alla promozione pubblicitaria.</p>
<p>competenze associate alla funzione: - Competenze nella comunicazione d'impresa e nell'analisi di campagne di comunicazione e informazione da parte di soggetti diversi (aziende, organizzazioni, istituzioni, etc.) - Competenze nel campo dei media tradizionali, dei nuovi media, della comunicazione di massa, della comunicazione d'impresa e della comunicazione pubblicitaria.</p>
<p>sbocchi occupazionali: - Agenzie di relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa - Consulenza di immagini - Pubbliche amministrazioni - Uffici per le relazioni con il pubblico - Uffici stampa</p>
Dialoghisti e parolieri
<p>funzione in un contesto di lavoro: I dialoghisti e i parolieri scrivono soggetti e dialoghi per il cinema, la radio e la televisione, testi e libretti da musicare.</p>
<p>competenze associate alla funzione: - Competenze teoriche e tecnico-pratiche in ambito cinematografico e radiotelevisivo - Competenze letterarie e linguistiche - Competenze storiche, filosofiche e artistiche - Competenze nell'ambito dei media tradizionali</p>
<p>sbocchi occupazionali: - Agenzie di dialoghisti - Agenzie di librettisti - Agenzie di parolieri di canzoni - Aziende che si occupano dell'adattamento cinematografico e radiotelevisivo - Aziende che si occupano della redazione di testi cinematografici e radiotelevisivi</p>
Redattori di testi per la pubblicità
<p>funzione in un contesto di lavoro: I redattori di testi per la pubblicità redigono testi informativi e pubblicitari per beni e servizi da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione e altri mezzi di comunicazione mediatica.</p>
<p>competenze associate alla funzione: - Conoscenze di marketing, comunicazione di massa e studi di mercato - Capacità di analizzare lo storytelling, i significati e i valori associati a un marchio e a un prodotto - Competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media</p>
<p>sbocchi occupazionali: - Agenzie che si occupano di creazione e redazione di testi pubblicitari - Agenzie di consulenza che si occupano di copywriting e storytelling</p>
Redattori di testi tecnici
<p>funzione in un contesto di lavoro: I redattori di testi tecnici redigono manuali, guide, appendici tecniche, fogli e testi informativi per beni e servizi di consumo collegati ai settori dell'editoria, della comunicazione e della moda.</p>
<p>competenze associate alla funzione: - Conoscenze di marketing, comunicazione di massa e studi di mercato - Capacità di analizzare lo storytelling, i significati e i valori associati a un marchio e a un prodotto - Competenze nell'analisi di campagne pubblicitarie e conoscenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media.</p>
<p>sbocchi occupazionali: - Aziende che si occupano della redazione di manuali per i settori dell'editoria, della comunicazione e della moda - Aziende che si occupano della redazione di testi tecnici per i settori dell'editoria, della comunicazione e della moda</p>
Revisori di testi
<p>funzione in un contesto di lavoro: I revisori di testi applicano le conoscenze in materia linguistica per la revisione critica di testi scritti audiovisivi e multimediali.</p>
<p>competenze associate alla funzione: - Competenze letterarie e linguistiche - Competenze storiche, filosofiche e artistiche - Competenze nell'ambito dei media tradizionali e dei nuovi media</p>
<p>sbocchi occupazionali: - Agenzie che si occupano di correzioni di bozze - Agenzie che si occupano di revisioni di testi</p>
Specialisti in reti e comunicazioni informatiche (intesi come digital media manager, social media manager, web communication manager e web content manager)
<p>funzione in un contesto di lavoro: Gli specialisti in reti e comunicazioni informatiche (intesi come digital media manager, social media manager, web communication manager e web content manager) analizzano, progettano, testano, valutano e ottimizzano le prestazioni dei sistemi di rete e di telecomunicazione, tramite quanto segue: - la progettazione di siti web statici e dinamici, e di pagine social; - lo sviluppo di siti web statici e dinamici, e di pagine social; - la gestione e la manutenzione di siti web statici e dinamici, e di pagine social;</p>

<ul style="list-style-type: none"> - l'ottimizzazione dei siti web e delle loro pagine per i motori di ricerca; - la promozione su internet dei siti web e delle pagine social.
competenze associate alla funzione: <ul style="list-style-type: none"> - Competenze di informatica avanzata, di progettazione web e di progettazione di pagine social - Competenze di comunicazione web e di scrittura di testi per il web - Competenze di internet marketing - Competenze di sociologia dei nuovi media, di semiotica dei nuovi media, di informatica umanistica
sbocchi occupazionali: <ul style="list-style-type: none"> - Imprese o organizzazioni che si occupano di comunicazione web per conto di terzi - Imprese o organizzazioni che gestiscono in proprio la comunicazione su siti web tradizionali e comunicano sui social media - Settori di imprese o di enti della pubblica amministrazione che gestiscono la comunicazione istituzionale dell'impresa o dell'ente su siti web tradizionali e sui social media
Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)
<ul style="list-style-type: none"> • Dialoghisti e parolieri - (2.5.4.1.2) • Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3) • Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0) • Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4) • Revisori di testi - (2.5.4.4.2) • Specialisti in reti e comunicazioni informatiche - (2.7.2.1.1.)

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 c.2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	ICAR/13 Disegno industriale ICAR/17 Disegno INF/01 Informatica ING-INF/03 Telecomunicazioni ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-ART/07 Musicologia e storia della musica L-FIL-LET/12 Linguistica italiana L-LIN/01 Glottologia e linguistica L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/01 Filosofia teoretica M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza M-FIL/03 Filosofia morale M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	24	30	-
Discipline cognitive e dei linguaggi mediali	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6	6	-
Discipline sociali, economiche e giuridiche	IUS/04 Diritto commerciale M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/05 Statistica sociale SPS/02 Storia delle dottrine politiche SPS/04 Scienza politica SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	18	36	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		
Totale Attività Caratterizzanti		48 - 72		

Attività affini

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	15	27	12

Totale Attività Affini	15 - 27
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		9	12
Per la prova finale		21	21
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	3	3
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	3
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	39 - 42
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	102 - 141

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

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 27/02/2025