



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - NAPOLI
Nome del corso in italiano RD	Scienze della comunicazione(<i>IdSua:1546954</i>)
Nome del corso in inglese RD	Communication Studies
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/index.htm?vr=1
Tasse	http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/tasse.htm?vr=1
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	PETRILLO Antonio
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	CONSIGLIO DI CORSO DI STUDIO
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di SCIENZE della FORMAZIONE

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	BENESATTO	Elisabetta	SPS/08	ID	1	Base/Caratterizzante
2.	CAPOZZI	Eugenio	M-STO/04	PO	1	Base/Caratterizzante
3.	FERRARO	Stefania	SPS/11	RD	1	Caratterizzante
4.	LANDO	Arturo	SPS/08	RU	1	Base/Caratterizzante
5.	NIOLA	Marino	M-DEA/01	OD	1	Caratterizzante

6.	PETRILLO	Antonio	SPS/07	PA	1	Base/Caratterizzante
7.	RUSSO	Francesca	SPS/02	PA	1	Caratterizzante
8.	SAINATI	Augusto	L-ART/06	PO	1	Caratterizzante
9.	ZAPPALA'	Aldo Claudio	L-ART/06	ID	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti

VALENTE FRANCESCA
CAMPILI ANDREA Commissione Paritetica

Gruppo di gestione AQ

DAVIDE BORRELLI
STEFANIA FERRARO
ARTURO LANDO
FRANCESCA RUSSO

Tutor

Igor SCOGNAMIGLIO
Maria D'AMBROSIO

Il Corso di Studio in breve

Il corso di laurea in Scienze della Comunicazione ha l'obiettivo di formare esperti di alto profilo che sappiano gestire il processo comunicativo rispetto alle attività gestionali e organizzative, con competenze di analisi ed elaborazione di testi e prodotti dell'industria culturale. 28/05/2018

L'offerta formativa è articolata in una base didattica comune per il primo anno, che consente agli studenti di avere un primo approccio con gli aspetti sociologici, antropologici, semiotici, psicologici, economici e giuridici connessi alla comunicazione e di approfondire la conoscenza della lingua inglese.

A partire dal secondo anno il corso di studi si articola in tre curricula:

- Comunicazione pubblica e d'impresa, che forma professionisti che sappiano analizzare le esigenze del mercato e sappiano attuare politiche di marketing e comunicazione adeguate;
- Media e Culture, che forma professionisti che possano inserirsi nel mercato della produzione culturale, con particolare attenzione allo sviluppo di competenze di analisi dei linguaggi giornalistici;
- Cinema e televisione, che forma professionisti in grado di analizzare linguaggi, immagini e modelli narrativi propri del cinema e della televisione.

Descrizione link: Il Corso in breve

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/scheda.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.a
RAD

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

27/02/2015

Il Responsabile del CdS - di concerto con il Consiglio del CdS medesimo e con l'ausilio dell'Ufficio di Job Placement e dell' Ufficio Orientamento - ha effettuato una nuova, ampia e aggiornata consultazione di organizzazioni adeguatamente rappresentative della produzione di beni, servizi e professioni direttamente connesse con il Corso di studi. Le indagini e le consultazioni sono state effettuate in parte direttamente e in parte tramite studi di settore coinvolgendo i seguenti soggetti a livello regionale, nazionale e in parte internazionale: enti pubblici, istituzioni internazionali, aziende private di beni e servizi, società multinazionali che si occupano di comunicazione e relazione con il pubblico; istituti di ricerca, editori, agenzie di elaborazione di contenuti, agenzie pubblicitarie; agenzie e aziende di comunicazione multimediale e produzione radiotelevisiva; enti e aziende di produzione documentaristica; organizzazioni non governative; albo dei giornalisti.

Il numero di soggetti direttamente o indirettamente consultati risulta sufficientemente adeguata alle esigenze di rilevazione, sia numericamente sia in termini di categorie rappresentate. Attraverso tale analisi sono stati sottoposti a verifica i seguenti elementi: denominazione del corso, sbocchi occupazionali, fabbisogni formativi e obiettivi formativi, attività didattica.

Tenendo conto delle indicazioni ricevute, si concorda di apportare alcune modifiche organizzative e di contenuto al progetto di corso, strutturandolo in tre curricula.

*

Il 5 dicembre 2014 i rappresentanti di alcune aziende e organizzazioni rappresentative della produzione di beni e servizi operanti sul territorio sono state invitate a discutere della proposta di riposizionamento strategico dei corsi di laurea in Scienze della Comunicazione e di Comunicazione pubblica e d'impresa dell'Università Suor Orsola Benincasa. Il Manager didattico di Ateneo, prof.ssa Natascia Villani, la prof.ssa Maddalena della Volpe, Delegato del Rettore ai Rapporti con le imprese e Coordinamento stage, la prof.ssa Lucilla Gatt, Delegato del Rettore al Placement, hanno presentato proposte di modifica dell'offerta formativa derivanti da una indagine realizzata attraverso interviste a tre tipologie di informatori: studenti laureati, famiglie e imprese. Sono stati invitati a partecipare i rappresentanti delle seguenti aziende: Soldo gas s.n.c.; SIEM S.r.l.; Geven S.p.A.; Ansaldo STS; Tufano S.p.A.; Calzaturificio Cris; Mediazione S.r.l.; Izzo pelli S.r.l.; Quintino Refrigerazione S.r.l.; Nardelli Gioielli; Toshiba; Contauto Due S.r.l.; Lamberti Business Connections; Covidien Italia S.p.A.; Cooperativa Cargo; Import Caffè; Le fate di cristallo. I rappresentanti hanno proficuamente collaborato all'elaborazione di proposte di modifica dell'offerta approntate dal gruppo di lavoro, rilevando in particolare: 1) la necessità di ampliare la conoscenza dei mercati internazionali e dell'inglese; 2) l'imprescindibilità per il laureato in Comunicazione di effettuare stage/tirocini/Master; 3) l'opportunità di prevedere attività laboratoriali che incrementino la capacità del laureato di relazionarsi con tutto il sistema azienda.

QUADRO A1.b

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

14/05/2018

Il Responsabile del CdS - di concerto con il Consiglio del CdS medesimo e con l'ausilio dell'Ufficio di Job Placement e dell'Ufficio Orientamento - ha effettuato una nuova, ampia e aggiornata consultazione di organizzazioni adeguatamente rappresentative al

fine di verificare il funzionamento e l'efficacia nella recente riprogettazione del CdS stesso, ora articolato in tre curricula formativi. Le indagini e le consultazioni sono state effettuate in parte direttamente e in parte tramite studi di settore, coinvolgendo i seguenti soggetti a livello regionale, nazionale e in parte internazionale: enti pubblici, istituzioni internazionali, aziende private di beni e servizi, società multinazionali che si occupano di comunicazione e relazione con il pubblico; istituti di ricerca, editori, agenzie di elaborazione di contenuti, agenzie pubblicitarie; agenzie e aziende di comunicazione multimediale e produzione radiotelevisiva; enti e aziende di produzione documentaristica; organizzazioni non governative; albo dei giornalisti. Il numero di soggetti direttamente o indirettamente consultati risulta sufficientemente adeguata alle esigenze di rilevazione, sia numericamente sia in termini di categorie rappresentate. Attraverso tale analisi sono stati sottoposti a verifica i seguenti elementi: denominazione del corso, sbocchi occupazionali, fabbisogni formativi e obiettivi formativi, attività didattica. Complessivamente dalle attività di consultazione si è evinto che la nuova modalità di articolazione del CdS risulta sufficientemente adeguata alle necessità di sviluppo scientifico, tecnologico, economico e sociale espresse dal variegato e complesso settore della comunicazione e dell'industria culturale. Risulta, inoltre, perfettamente equilibrata la relazione tra le competenze scientifiche disponibili in Ateneo e la loro pertinenza rispetto agli obiettivi formativi del CdS. Piuttosto positivi anche i riscontri in merito al costante aggiornamento dell'offerta formativa, che riflette le conoscenze disciplinari più avanzate ed è sufficientemente in linea con le esigenze professionali espresse dal mercato della comunicazione e dei media in genere. In fase di consultazione particolare apprezzamento è stato rivolto alle attività laboratoriali programmate e implementate e alla costante relazione con le esperienze professionali e del mondo del lavoro. Il comitato di indirizzo, costituito dal gruppo AQ e da due rappresentanti delle parti sociali partner del CdS, ha verificato in itinere la corrispondenza inizialmente progettata tra profilo culturale e professionale e obiettivi formativi, attestandone il buon andamento, e ha contribuito al potenziamento delle attività di stage per gli studenti.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale Consultazioni parti sociali

QUADRO A2.a
RAD

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperti di comunicazione istituzionale e d'impresa, di strategie di marketing, nel campo della comunicazione di massa, culturale ed enogastronomica

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato in Scienze della comunicazione svolge attività di comunicazione e relazioni pubbliche nell'ambito di enti pubblici, istituzioni internazionali, aziende private, società multinazionali. Può svolgere funzioni di ricerca, redazione e organizzazione dei contenuti per testate giornalistiche, editori e agenzie pubblicitarie. E' in grado di assolvere con competenza e professionalità tutte le attività concernenti la comunicazione multimediale, la produzione radio-televisiva e i linguaggi pubblicitari. Ha competenza nella produzione documentaristica, come responsabile culturale presso istituzioni culturali pubbliche e private, in Italia e all'estero, presso organizzazioni internazionali e organizzazioni non governative.

Le competenze raggiunte permetteranno ai laureati di esercitare attività lavorative nei vari settori professionali che prevedano attività connesse alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico. Alla categoria dei giornalisti i laureati potranno accedere frequentando dopo la laurea un master o una scuola di specializzazione, e superando l'esame di Stato.

competenze associate alla funzione:

Responsabili della comunicazione
Redattori di testi per la pubblicità
Giornalisti
Tecnici dei rapporti con i mercati
Tecnici del marketing
Tecnici della pubblicità e delle pubbliche relazioni
Tecnici dell'organizzazione di fiere, convegni ed assimilati
Tecnici dei servizi ricreativi e culturali

Annunciatori e presentatori della radio, della televisione, nei new media
Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale

sbocchi occupazionali:

giornalista, addetto alle pubbliche relazioni, esperto di strategie comunicative nel campo enogastronomico e della comunicazione di massa, esperto in web e nuove tecnologie, esperto in marketing e comunicazione pubblicitaria.

QUADRO A2.b

RAD

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
4. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
5. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
6. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

QUADRO A3.a

RAD

Conoscenze richieste per l'accesso

19/05/2017

Per essere ammesso al corso di laurea in Scienze della comunicazione lo studente deve essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo dalla normativa vigente. Lo studente deve altresì possedere un'adeguata preparazione iniziale.

Ogni anno il Senato accademico stabilisce modalità e tempistica della prova di ammissione, e il numero degli studenti ammissibili sarà stabilito previa valutazione delle risorse strutturali, strumentali e di personale disponibili per il funzionamento del corso.

L'accesso avviene a seguito della costituzione di una graduatoria di merito (fino a riempimento completo dei posti banditi), che tiene conto del curriculum scolastico e del risultato di un'apposita prova di ammissione, mediante la quale vengono verificate le conoscenze richieste per l'accesso. Lo studente che, effettuata la prova di ammissione, risulti non totalmente in possesso della richiesta preparazione iniziale, è tenuto a frequentare i corsi integrativi indicati dalla facoltà.

Descrizione link: Requisiti per l'accesso al Corso

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/requisiti.htm?vr=1>

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

10/05/2018

Per essere ammessi al Corso è necessario il Diploma di scuola media superiore di durata quinquennale o altro titolo conseguito all'estero e riconosciuto idoneo.

Il Corso è a numero programmato e prevede 250 immatricolazioni per l'a.a. 2018/2019.

L'ammissione è regolamentata da un apposito bando, pubblicato su www.unisob.na.it. La graduatoria verrà formulata esclusivamente sulla base dei risultati a un test di selezione, composto da quesiti a scelta multipla. Le domande mirano alla verifica delle conoscenze richieste per l'accesso al Corso di laurea e vertono sulle seguenti aree disciplinari: lingua italiana/ragionamento logico-verbale, lingua inglese, ragionamento logico-matematico e mass-media e comunicazione. I candidati che si saranno classificati in posizione utile potranno immatricolarsi secondo le modalità definite dal bando di selezione. Allo studente che, pur risultando vincitore del concorso, consegua, secondo i criteri di punteggio fissati dal bando, un esito insufficiente in una o più delle aree disciplinari del test, verrà attribuito un Obbligo Formativo Aggiuntivo (OFA). Lo studente con OFA sarà tenuto a dimostrare di aver recuperato tali debiti formativi superando un corso specifico di allineamento, propedeutico ai normali esami previsti dal proprio manifesto di studi. Gli studenti che provengono da altri corsi di laurea o già in possesso di un titolo possono farsi valutare la loro carriera universitaria seguendo le indicazioni presenti all'art. 7 del bando di ammissione. Per informazioni di carattere amministrativo consultare la sezione norme amministrative. Per ulteriori informazioni leggi le FAQ.

Descrizione link: Modalità di ammissione

Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/modalita_accesso.htm?vr=1

QUADRO A4.a



Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

19/05/2017

Il corso di laurea in Scienze della comunicazione intende creare le condizioni per cui i propri studenti sviluppino, nell'ambito del percorso triennale, delle competenze strategiche utili a inserirsi con successo nel mercato del lavoro in ogni ambito professionale legato alla comunicazione, in uno scenario non solo italiano, ma anche europeo e internazionale. Si approfondiscono quindi discipline legate ai diversi aspetti dell'universo comunicativo: dagli aspetti sociologici, a quelli metodologici, tecnici e gestionali, alle discipline storico, politiche, filosofiche, giuridiche e antropologiche. Una grande attenzione è rivolta allo studio della lingua inglese.

Il corso di laurea in Scienze della comunicazione ha - di conseguenza - l'obiettivo di formare esperti di alto profilo che sappiano gestire il processo comunicativo da diverse angolazioni, con una preponderanza della componente gestionale e organizzativa, coerentemente con gli obiettivi qualificanti. Allo studente è offerta la possibilità di approfondire gli ambiti specifici della comunicazione e, al fine di inserirsi con successo in un mercato del lavoro affollato ed estremamente competitivo, è proposta una forte preparazione in quei settori che gli consentano di avere una valida conoscenza dei mercati e dei prodotti della comunicazione.

Il corso di laurea presenta una struttura didattica adatta a soddisfare approcci attuali, ma anche diversificati fra loro.

Lo studente, infatti, ha ampia possibilità di scelta nel delineare il proprio percorso di studi. L'offerta formativa è caratterizzata da una base didattica comune nel primo anno e in parte nel secondo anno. Si offre allo studente la possibilità di scegliere tra tre curricula, legati ai diversi ambiti della comunicazione, al fine di consentire una maggiore e opportuna specializzazione. Nella prima parte del percorso egli avrà la possibilità di approfondire gli ambiti generali della comunicazione, dal punto di vista sociologico, semiotico, psicologico, economico e giuridico. Sempre in questa parte egli avrà la possibilità di approfondire la conoscenza della lingua inglese.

L'articolazione del corso in tre curricula consente un'offerta didattica finalizzata all'acquisizione di specifiche competenze per professionalità che trovino più facile collocazione nel mondo del lavoro. In particolare, il curriculum dedicato alla comunicazione d'impresa formerà esperti nell'analisi di mercato e nell'attuazione di politiche di marketing; il curriculum in giornalismo e comunicazione audio video formerà aspiranti giornalisti ed esperti negli ambiti gestionali del mercato della produzione culturale; il curriculum in cinema reportage e documentaristica formerà figure capaci di produrre, promuovere e gestire i prodotti dell'industria cinematografica.

Tutti i tre curricula hanno un forte orientamento strategico, su base economico-organizzativa, in quanto maggiormente richiesto dal mercato del lavoro a livello comunitario e internazionale.

Durante il triennio, inoltre, viene dedicata un'attenzione specifica alle attività laboratoriali e di tirocinio tenuti da professionisti del mondo del lavoro, affinché lo studente possa declinare le suggestioni teoriche e metodologiche in attività di carattere pratico e applicativo.

I tre curricula di studio offrono, quindi, allo studente una vasta possibilità di formarsi come esperto della comunicazione con nozioni fondamentali comuni, ma scegliendo liberamente il proprio campo di specializzazione, in coerenza con l'obiettivo del corso di laurea di fornire un'offerta didattica coerente, ma anche varia e multidisciplinare.

Descrizione link: Obiettivi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm>

QUADRO A4.b.1 RAD	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
Conoscenza e capacità di comprensione	
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	

QUADRO A4.b.2	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio
Media e culture	
Conoscenza e comprensione	
Lo studente dovrà:	
- conoscere e comprendere i fondamenti epistemologici dei saperi connessi all'industria culturale;	
- conoscere e comprendere le modalità di gestione di un'impresa culturale;	
- conoscere e comprendere i principi della progettazione delle attività di comunicazione;	
- conoscere e comprendere i diversi linguaggi mediatici;	
- conoscere e comprendere le strategie e le tecniche di lavoro in gruppo;	
- conoscere, comprendere e indagare i bisogni, le criticità e le opportunità dei diversi segmenti di mercato.	
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	
Lo studente dovrà maturare una padronanza epistemologica, teorica e metodologica nei diversi ambiti di intervento comunicativo.	
In particolare, dovrà saper operare:	
- nell'area delle attività di gestione di un'impresa culturale;	
- nell'area dell'analisi e della comprensione dei fenomeni sociali connessi al vasto settore della comunicazione;	
- rispetto alla comprensione e all'analisi dei linguaggi della radio, della stampa e dei nuovi media;	
- rispetto all'elaborazione di contenuti relativi ai diversi prodotti richiesti dal mercato della produzione culturale;	
- rispetto all'analisi e all'elaborazione di prodotti dell'industria digitale;	
- rispetto alle dinamiche di gestione della comunicazione globalizzata.	
Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:	

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

[ANTROPOLOGIA DEI SIMBOLI](#) [url](#)

[COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI](#) [url](#)

[COMUNICAZIONI E CULTURE ENOGASTRONOMICHE](#) [url](#)

[CULTURA E IDENTITA'](#) [url](#)

[DIRITTO DELL'INFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE](#) [url](#)

[ECONOMIA DEI MEDIA](#) [url](#)

[ECONOMIA POLITICA](#) [url](#)

[INGLESE 2](#) [url](#)

[INGLESE I](#) [url](#)

[INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE](#) [url](#)

[PROCESSI CULTURALI E VIDEO-ANALISI](#) [url](#)

[REPORTAGE](#) [url](#)

[SEMIOTICA](#) [url](#)

[SIMBOLICA DELLE ISTITUZIONI](#) [url](#)

[SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI](#) [url](#)

[SOCIOLOGIA DEL MONDO ISLAMICO](#) [url](#)

[SOCIOLOGIA GENERALE](#) [url](#)

[STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE](#) [url](#)

[STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE](#) [url](#)

[STORIA E TECNICHE DEL GIORNALISMO](#) [url](#)

[TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA](#) [url](#)

[TOPOGRAFIE DELLO SPAZIO SOCIALE](#) [url](#)

[WEB E NUOVE TECNOLOGIE](#) [url](#)

Comunicazione istituzionale e d'impresa

Conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà:

- conoscere e comprendere i fondamenti epistemologici della comunicazione istituzionale e d'impresa;
- conoscere e comprendere le metodologie e le tecniche necessarie a compiere indagini e analisi dei mercati;
- conoscere e comprendere le metodologie di analisi dei target;
- conoscere e comprendere le logiche di progettazione e implementazione di piani di comunicazione;
- conoscere e comprendere le logiche di progettazione e implementazione di piani di marketing;
- conoscere e comprendere i differenti processi comunicativi di strutture pubbliche, private, di no-profit e del mondo dei mass-media;

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà maturare una padronanza epistemologica, teorica e metodologica nei diversi ambiti della comunicazione istituzionale e d'impresa.

In particolare, dovrà saper operare:

- rispetto alla realizzazione di sondaggi e questionari e al più generico impiego di strumenti di indagini quantitative e qualitative;
- rispetto alla realizzazione di banche dati;
- nell'area di analisi e di elaborazione di campagne di comunicazione istituzionale, aziendale e sociale;
- nell'area gestionale della Pubblica Amministrazione e delle imprese;
- nell'area della produzione pubblicitaria;
- nell'area del web marketing

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ASSESSMENT CENTER E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO [url](#)

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ [url](#)

COMUNICAZIONE D'IMPRESA [url](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE [url](#)

ECONOMIA DELL'IMPRESA [url](#)

ECONOMIA POLITICA [url](#)

INGLESE 2 [url](#)

INGLESE I [url](#)

INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE [url](#)

MARKETING [url](#)

METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE [url](#)

PIANO DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI [url](#)

SOCIOLOGIA GENERALE [url](#)

STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA [url](#)

WEB 2.0 [url](#)

WEB E NUOVE TECNOLOGIE [url](#)

WEB MARKETING [url](#)

Cinema e televisione

Conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà:

- conoscere e comprendere i fondamenti epistemologici della cultura mediale;
- conoscere e comprendere i processi di produzione di prodotti televisivi e cinematografici, con riferimento alla dicotomia encoding/decoding;
- conoscere e comprendere i processi di analisi dei prodotti cinematografici e televisivi;
- conoscere e comprendere i processi di consumo dei prodotti cinematografici e televisivi;
- conoscere e comprendere le modalità di organizzazione e di gestione delle dinamiche lavorative e comunicative presenti nelle aziende cinematografiche e televisive;
- conoscere e comprendere le metodologie di produzione e di analisi dei linguaggi, delle immagini e dei modelli narrativi propri del cinema e della televisione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente dovrà maturare una padronanza epistemologica, teorica e metodologica rispetto alla produzione, promozione e analisi dei settori cinematografici e televisivi.

In particolare, dovrà saper operare:

- nell'area di analisi dei linguaggi cinematografici e televisivi;
- nell'area della produzione di contenuti cinematografici e televisivi;
- nell'area gestionale delle aziende televisive e cinematografiche;
- rispetto alla produzione di documentari;
- rispetto alla promozione dei prodotti televisivi e cinematografici;

- rispetto alle strategie di produzione crossmediale.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEL FILM E DEL PRODOTTO TELEVISIVO [url](#)

CINEMATOGRAFIA DOCUMENTARIA [url](#)

COMUNICAZIONE E LINGUAGGI MUSICALI [url](#)

ECONOMIA POLITICA [url](#)

INGLESE 2 [url](#)

INGLESE I [url](#)

INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE [url](#)

NEW MEDIA E GESTIONE DELL' INFORMAZIONE [url](#)

PRODUZIONE DEGLI IMMAGINARI [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI [url](#)

SOCIOLOGIA GENERALE [url](#)

STORIA DEL CINEMA [url](#)

STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE [url](#)

STRATEGIE DI PRODUZIONE CROSSMEDIALE [url](#)

STRATEGIE E TECNICHE CROSSMEDIALI [url](#)

TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA [url](#)

TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO [url](#)

TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO TELEVISIVO [url](#)

WEB E NUOVE TECNOLOGIE [url](#)

QUADRO A4.c

RAD

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati saranno in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali e una specifica competenza nell'area della comunicazione, delle tecnologie digitali e dei sistemi di informazione. Quindi saranno offerti loro strumenti didattici che consentano di acquisire conoscenze e competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati; avere consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico ed economico-organizzativo; acquisire abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività strategiche organizzative da applicare ai diversi ambiti (comunicazione istituzionale e d'impresa, comunicazione di massa, comunicazione etno-antropologica), approfondire le conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali che di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità.

In merito a I curriculum in comunicazione d'impresa gli studenti svilupperanno competenze di organizzazione aziendale e di comunicazione applicata alle strategie di marketing. In merito al curriculum in comunicazione audio-video e giornalismo gli studenti svilupperanno competenze nell'elaborazione e nella valorizzazione dei vari formati della comunicazione. In merito al curriculum in cinema, reportage e documentaristica gli studenti acquisiranno tecniche di produzione e gestione dei prodotti di comunicazione visiva.

La verifica dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio è condotta nelle prove intermedie e finali delle attività laboratoriali e nella discussione dei casi di studio, oltre che nella discussione della prova finale.

Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1>

Abilità comunicative

Lo studente avrà la possibilità di comunicare adeguatamente i risultati del suo operato attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze che deriveranno da laboratori e tirocini ideati e realizzati appositamente. In particolare l'attenzione è posta alla elaborazione di strumenti comunicativi che sappiano integrare contenuto e forma in maniera adeguata a diversi e potenziali destinatari, in ambito specialistico e non specialistico. In particolare in riferimento al percorso comunicazione istituzionale e d'impresa l'attenzione è posta sulla elaborazione di piani di comunicazione e alla loro attuazione in fase esecutiva e sulla simbolica istituzionale quale chiave di comunicazione; nel percorso di comunicazione di massa si pone l'accento sullo sviluppo di soluzioni legate all'uso strategico dei mezzi di comunicazione di massa e alla convergenza di media tradizionali e nuovi media, al fine di favorire il consumo culturale; infine nel percorso etno-antropologico l'attenzione è posta allo sviluppo di strategie comunicative che possano favorire l'integrazione sociale e culturale con forme partecipative e di coinvolgimento democratico.

Le abilità comunicative vengono consolidate e verificate non solo attraverso le prove intermedie e finali ma con il costante monitoraggio consentito dalle mirate attività laboratoriali previste dal percorso formativo.

Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1>

Capacità di apprendimento

Le conoscenze e le competenze che vengono acquisite durante il corso di laurea in scienze della comunicazione, indipendentemente dal percorso formativo scelto dallo studente, aprono a professioni sia nell'ambito degli enti e delle aziende che operano nel settore dei media o che questi utilizzano, sia nell'ambito delle istituzioni e associazioni.

A tal fine, sia la didattica frontale che le esercitazioni laboratoriali sono strutturate con particolare attenzione alle capacità di apprendimento delle professionalità legate alle aree della comunicazione istituzionale e della gestione strategica, aree presenti ormai ovunque perché in ogni forma di attività organizzata sono riconosciute decisive per gestire e dirigere una cultura ed una competenza in grado di cogliere le aspettative di clienti, consumatori e partner e di costruire con costoro una comunicazione con loro in grado di realizzare (e mantenere) una immagine positiva ed una relazione solida e durevole. Infine, i laureati sono messi nella condizione di poter affrontare diversi corsi di laurea magistrale di diverso taglio scientifico e disciplinare, in quanto gli sono offerte quelle conoscenze in ambiti disciplinari molteplici fortemente richiesti dal mercato del lavoro.

Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1>

QUADRO A5.a

RAD

Caratteristiche della prova finale

La prova finale consiste nella stesura da parte dello studente di una tesi in forma di elaborato scritto che sarà portata avanti sotto la guida di un docente titolare di insegnamento nel corso di laurea. La tesi potrà essere o una rielaborazione individuale delle riflessioni teoriche sull'argomento o una riflessione empirica, ancorata alle teorie di riferimento.

Le modalità di discussione dell'elaborato sono disposte dal Regolamento di Facoltà.

QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

28/05/2018

Per conseguire la laurea in Scienze della Comunicazione lo studente deve aver acquisito 180 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale. Alla prova finale sono assegnati 6 CFU.

La prova finale consiste nella stesura da parte dello studente di una tesi in forma di elaborato scritto che sarà portata avanti sotto la guida di un docente titolare di insegnamento nel CdS. La tesi potrà essere o una rielaborazione individuale delle riflessioni teoriche sull'argomento o una riflessione empirica, ancorata alle teorie di riferimento.

Il titolo di laurea è conferito previo superamento della prova finale volta a dimostrare a una Commissione l'acquisizione da parte del candidato delle conoscenze e competenze oggetto degli obiettivi formativi specifici del corso di studi. Lo studente per essere ammesso alla prova finale deve aver presentato la domanda di laurea online nel rispetto di requisiti, modalità e tempistica stabiliti. Le modalità di svolgimento della prova finale sono definite nel Regolamento dell'elaborato di laurea.

Descrizione link: Regolamento elaborato di laurea

Link inserito: https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lauree/regolamento_triennio.htm?vr=1

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento Didattico del CdS

Link: <https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/regolamento.pdf>

QUADRO B2.a**Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

<http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lepre/lezioni.asp>

QUADRO B2.b**Calendario degli esami di profitto**

<http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lepre/esami.asp>

QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

<http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lauree/index.htm>

QUADRO B3**Docenti titolari di insegnamento**

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

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/01	Anno di corso 1	ECONOMIA POLITICA link	DI TARANTO GIUSEPPE	ID	6	36	

2.	L-LIN/10	Anno di corso 1	INGLESE I link	TONDO STEFANIA	PA	9	54
3.	IUS/20	Anno di corso 1	INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE link	GIORDANO PAOLA	PO	9	54
4.	SECS-P/08	Anno di corso 1	PIANO DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA link	SCOGNAMIGLIO IGOR		3	18
5.	SPS/11	Anno di corso 1	PROCESSI CULTURALI E VIDEO-ANALISI link	FERRARO STEFANIA	RD	3	18
6.	SPS/08	Anno di corso 1	PRODUZIONE DEGLI IMMAGINARI link	PACI GABRIELLA	RU	3	18
7.	M-FIL/05	Anno di corso 1	SEMIOTICA link	GENSINI STEFANO		9	54
8.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA GENERALE link	PETRILLO ANTONELLO	PA	9	54
9.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE link	CAPOZZI EUGENIO	PO	9	54
10.	SPS/08	Anno di corso 1	TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA link	LANDO ARTURO	RU	9	54

QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Aule

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/aule.htm?vr=1>

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Laboratori

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/laboratori.htm?vr=1>

QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sale studio

Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/sale_studio.htm?vr=1

Descrizione link: Biblioteca Capocelli

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/biblioteca/index.htm?vr=1>

L'UNISOB, nell'ottica di un costante processo di rinnovamento dei servizi offerti agli studenti, programma le proprie politiche di orientamento alla luce di un'attenta analisi della realtà territoriale e dei bisogni formativi dei giovani che lavorano alla costruzione di sé e del loro futuro. 16/05/2018

L'Ufficio di Orientamento e Tutorato di Ateneo SOT nasce nel 1999, all'interno della cittadella monumentale del Suor Orsola Benincasa, come punto di prima 'accoglienza' dedicato alle aspiranti matricole che sono alle prese con la scelta post-diploma e progressivamente si innerva nel cuore della città di Napoli con l'inaugurazione, nel 2015, di un front-office nel Piccolo Palazzo del Gaio Sapere, struttura sita in via Chiaia. Sono spazi di ricerca ma anche di ascolto e di condivisione, per raccontare l'identità dell'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, il proprio patrimonio artistico e culturale, la tradizione formativa, le strutture di ricerca, le potenzialità, l'apertura all'innovazione, coniugata alle scienze umane, e alle relazioni internazionali.

Oggi il SOT offre molto di più: una fitta agenda di azioni e attività che coinvolgono 200 scuole della Campania e fuori regione. Le azioni, le strategie e i progetti dell'ufficio rispondono a una cultura dell'orientamento intesa come pratica formativa fondata sulla centralità della persona, al fine di favorire i processi di sviluppo dell'autonomia decisionale e della consapevolezza di sé e del valore delle proprie scelte formative e professionali.

È per rispondere a tali finalità che l'accoglienza degli studenti delle scuole medie superiori alle prese con la scelta universitaria trova la sua prima espressione in incontri di orientamento informativo presso le sedi scolastiche del territorio campano e in consulenze personalizzate in sede, a cui si aggiungono lezioni di introduzione alle discipline caratterizzanti i percorsi didattici, visite guidate ai laboratori, insieme a numerosi appuntamenti culturali, fra cui il certame vichiano, la rassegna Cinema, Letteratura e Diritto, i Seminari di preparazione alla maturità.

Per consentire ai maturandi di sperimentare una giornata da matricole, il SOT propone l'appuntamento annuale con l'Open week - Giornate di Orientamento di Ateneo - in cui l'Università apre le porte agli studenti delle scuole superiori con visite guidate, simulazioni delle prove di ammissione, prime lezioni di e attività laboratoriali.

A chi è già matricola, e alle loro famiglie, si rivolgono, invece, iniziative come il Welcome Day, giornate di accoglienza pensate per aiutare le matricole a muovere i primi passi nella vita universitaria, e il Family Welcome Day, un appuntamento pensato per consentire ai genitori degli studenti di conoscere il programma formativo che l'Ateneo propone ai loro figli e per dividerne gli obiettivi culturali e professionalizzanti.

Per i laureati e laureandi, c'è il Ciclo di Seminari di Orientamento Post Lauream, incontri pensati per offrire una panoramica esaustiva dei Corsi di laurea magistrali, dei Master, dei Corsi di perfezionamento e dei relativi sbocchi professionali.

Al ricco calendario di appuntamenti si aggiunge la partecipazione sul territorio nazionale a fiere e saloni dell'orientamento, nel corso dei quali docenti e ricercatori dell'Ateneo partecipano a sessioni di presentazione dei Corsi di studio e rispondono alle curiosità degli studenti presenti.

Oltre a concentrarsi sui giovani e sulle loro famiglie, l'azione orientativa si rivolge anche ai dirigenti e ai docenti delle scuole superiori interessati a strutturare attività di orientamento "su misura" per i propri alunni, come i progetti alternanza scuola-lavoro), agli operatori del settore, agli enti e alle associazioni che intendono stabilire rapporti di collaborazione per la realizzazione di interventi di orientamento mirati.

Per i dettagli relativi alle annuali attività di orientamento è possibile consultare il sito di Ateneo.

Descrizione link: Servizio di Orientamento e Tutorato

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/sot/index.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

16/05/2018

L'Orientamento in itinere ha l'obiettivo di facilitare il percorso di studi di ogni singolo studente, rilevando le eventuali criticità e proponendo possibili soluzioni agli organi collegiali.

1. Tutorato studenti. È un servizio offerto agli studenti con il fine di supportarli durante il percorso formativo attraverso la costante presenza di tutor capaci di guidarli nelle scelte. Il servizio di tutorato studenti, affidato a personale docente e non docente, fornisce tutti i supporti necessari all'orientamento in itinere: informazioni e consulenza sui piani di studi, supporto alle difficoltà di studio e al rapporto studente-docente e studente-strutture, ecc. I tutor ricevono gli studenti per l'intera durata dell'anno accademico. Per informazioni costantemente aggiornate sugli orari di ricevimento dei referenti per le attività di tutorato clicca qui.
2. Sportello studenti. Tale servizio fornisce tutte le informazioni utili sull'organizzazione della didattica e aiuto pratico per il disbrigo delle pratiche amministrative.
3. Tutorato non stop. L'UNISOB accompagna gli studenti iscritti durante tutto il loro percorso formativo attraverso l'orientamento allo studio e il tutorato negli anni di frequenza, favorendone la proficua partecipazione alla realtà universitaria e rendendoli protagonisti del proprio processo di apprendimento. In modo particolare il progetto Tutorato non stop prevede di monitorare alcuni eventi di carriera che si ritengono fondamentali per l'assicurazione della qualità del Corso di studio e di attivare per ciascuno di loro alcune procedure
 - a. I azione. Studenti immatricolati che nella prima sessione hanno maturato ≤ 6 cfu: Questa azione è rivolta agli studenti che si sono immatricolati nell'anno in corso. L'intento è quello di monitorare l'andamento degli studi e di verificare quanti hanno sostenuto pochi esami (≤ 6 cfu) nella prima sessione (tre appelli tra gennaio/marzo) fornendo loro il supporto dei tutor o corsi di metodologia dello studio.
 - b. II azione. Studenti immatricolati che hanno maturato <40 cfu al termine della sessione estiva: Questa azione è rivolta agli studenti che si sono immatricolati nell'anno in corso. L'intento è quello di monitorare l'andamento degli studi e di verificare quanti studenti abbiano maturato <40 cfu entro l'anno solare di riferimento.
 - c. III azione. Studenti che non hanno rinnovato l'iscrizione al secondo anno: Questa azione di intervento è rivolta agli studenti che si sono immatricolati nell'anno precedente a quello di rilevazione. L'intento è quello di monitorare l'andamento degli studi e di verificare quanti studenti non abbiano rinnovato l'iscrizione al secondo anno.
 - d. IV azione. Studenti che non hanno rinnovato l'iscrizione negli ultimi tre anni: Questa azione è rivolta agli studenti che si sono fermati con gli studi.
 - e. V azione. Studenti prossimi alla decadenza: Questa azione è volta al recupero degli studenti che sono prossimi alla decadenza in quanto fermi con gli studi da otto anni.
4. Tutorato Stage. Tale servizio ha l'obiettivo di avvicinare gli studenti al mondo del lavoro, attraverso momenti formativi altamente qualificanti, allineati agli obiettivi del corso.
5. Tutorato dopo laurea. Nell'ultimo anno di corso sono organizzate giornate di presentazione del mondo del lavoro e dell'alta formazione fornendo agli studenti strumenti necessari per affrontare le scelte successive.
6. Counselling. Il Counselling è un intervento psicologico breve finalizzato ad affrontare le situazioni di crisi. Il servizio si propone di offrire sostegno agli studenti universitari che vivono un momento di difficoltà psicologica che comporti un disagio personale o relazionale nell'affrontare il percorso di studi.
7. SAAD, Servizio di Ateneo per le Attività degli studenti con Disabilità. Offre un tutorato specificamente qualificato a promuovere le condizioni di pari opportunità necessarie a potenziare l'autonomia degli studenti con disabilità e a garantire una loro attiva partecipazione alla vita universitaria.
8. Per altre iniziative a supporto degli studenti visitare il sito.

Descrizione link: Orientamento e tutorato in itinere

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/tutorato.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B5

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

L'Ufficio Stage Studenti ha l'obiettivo di avvicinare sistematicamente gli studenti al mondo del lavoro, durante il loro percorso ^{18/04/2018} curriculare, attraverso momenti formativi altamente qualificanti allineati agli obiettivi europei.

L'Ufficio Stage Studenti svolge le seguenti attività:

- stipula convenzioni;
- attiva stage;
- gestisce il database delle convenzioni stipulate con realtà esterne;
- aggiorna la banca dati implementandola quotidianamente;
- cura i rapporti con gli enti ospitanti, in un'ottica tesa a incrociare le loro richieste con le esigenze degli studenti;
- cura la raccolta e la selezione di candidature in occasione di richieste esterne;
- offre un attento servizio di tutoraggio agli studenti in stage per far sì che l'esperienza risulti significativa;
- seleziona e pubblica online offerte di stage;
- organizza riunioni con i tutor;
- organizza incontri con gli studenti dei CdL per presentare i servizi offerti;
- instaura rapporti di collaborazione e partnership con le imprese;
- organizza eventi per favorire l'incontro tra studenti e mondo del lavoro;
- raccoglie e monitora i dati relativi alle convenzioni stipulate;
- - coordina il lavoro dei tutor stage di Ateneo;
- raccoglie e trasmette informazioni di tipo legale/amministrativo o relative a contatti con le organizzazioni;
- cura l'aggiornamento dei format di convenzione e progetto formativo in relazione a riforme normative in materia di tirocini/stage formativi e di orientamento.

Nell'ambito dei servizi offerti l'Ufficio Stage Studenti utilizza diversi canali di diffusione e interazione: il sito, materiali di supporto cartaceo (flyer e quadrotto) e colloqui individuali.

L'area online dedicata all'Ufficio Stage Studenti è stata ideata e strutturata dall'Ufficio stesso con l'obiettivo di erogare le informazioni utili agli studenti, così come ai tutor e agli enti esterni. Le pagine web del sito Unisob, dedicate all'ufficio, sono soggette ad aggiornamenti quotidiani in merito ad eventi (convegni manifestazioni e seminari) interni ed esterni all'Ateneo d'interesse per gli studenti, e alle offerte di stage presso le strutture.

Nella banca dati di Ateneo delle convenzioni, realizzata nell'AA 2011/12, attualmente, risultano, ad oggi, circa 2033 partnership valide per gli stage di tutti i CdL presenti nell'offerta formativa dell'Ateneo (ad eccezione del CdL in Sc. della Formazione Primaria).

La banca dati rappresenta una risorsa dinamica: essa viene implementata quotidianamente ed è strutturata in modo da avere due sezioni di consultazione:

- pubblica, destinata alla consultazione da parte degli studenti;
- riservata, destinata alla consultazione dei tutor stage e alla gestione da parte dell'Administrator

La strutturazione della banca dati prevede un livello base di accesso alle informazioni per gli studenti, in modo che essi siano in grado di valutare e selezionare in autonomia i soggetti ospitanti preferiti e, quindi, confrontarsi con il proprio tutor di riferimento. Il livello di accesso completo alle informazioni è invece destinato esclusivamente ai tutor di Ateneo, i quali possono dare suggerimenti e consigli agli studenti rispetto alla scelta da effettuare, svolgendo così in un colloquio di orientamento il proprio lavoro di guida agli studenti nell'individuazione del proprio stage, in modo da orientarli verso una scelta consapevole nella ricerca dell'esperienza formativa.

Attraverso il contatto costante con i tutor dei CdL e la gestione della banca dati delle convenzioni, l'Ufficio Stage Studenti fornisce supporto ai tutor per la stipula delle convenzioni e l'attivazione degli stage. Inoltre l'Ufficio è aperto agli studenti e offre supporto

nella consultazione della banca dati in caso di difficoltà.

Solo alcuni dei CdL prevedono l'obbligo dello stage curriculare, ma Unisob consente a tutti gli studenti, indipendentemente dal proprio piano di studi, di svolgere esperienze formative altamente qualificanti presso le strutture in partnership.

Per ogni CdL, presente nell'offerta formativa, Unisob ha nominato un tutor, docente di Ateneo, che ha l'incarico di guidare lo studente nella scelta dell'esperienza di stage da intraprendere e seguirlo durante il periodo di svolgimento dell'attività presso la sede dell'ente ospitante.

Per procedere all'attivazione degli stage/tirocini, gli studenti devono recarsi dal proprio tutor del CdL di riferimento. L'ufficio Stage Studenti esegue una rendicontazione periodica sugli stage/tirocini attivati in ogni anno accademico.

Descrizione link: Ufficio Stage

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/stagestudenti/index.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

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

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

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

Pdf inserito: [visualizza](#)

L'Ufficio Erasmus di Ateneo offre servizi di consulenza e tutorato per promuovere e favorire la mobilità internazionale degli studenti.

Nel novembre 2011 è stato istituito anche l'Ufficio Relazioni Internazionali, con i seguenti obiettivi:

sviluppare i rapporti dell'Ateneo con università, istituzioni ed enti stranieri e internazionali al fine di favorire partenariati e collaborazioni nel campo della ricerca, della didattica, della formazione, degli stage e del placement;
incrementare la mobilità di docenti e studenti, anche post lauream;
offrire percorsi specialistici a studenti stranieri;
strutturare l'internazionalizzazione dell'offerta formativa, anche con l'istituzione di corsi in lingue veicolari diverse dall'italiano, in vista della creazione di doppie lauree e di lauree congiunte.

Tra gli accordi internazionali extra-europei già stipulati:

- - Université de Montréal;
- Golden Gate University School of Law San Francisco (USA);

- University of St. Thomas Minnesota (USA);
- UNIP Universidade Paulista San Paolo (Brasile);
- Rete università Conurbano Bonaerense (RUNCOB) Buenos Aires (Argentina);
- Université de Bechar (Algeria);
- Institute of history of the academy of sciences of Moldova;
- Dipartimento Culturale della Provincia dell'Hubei (Cina);
- Universidad Nacional de Lanus (Argentina);
- Universidad Nacional de General San Martin San Martin Buenos Aires (Argentina),
- Lebanese University;
- Ministerio Publico fiscal de la ciudad autonoma de Buenos Aires;
- Universidade Federal Fluminense (Niteroi BRASILE);
- Universidade de Sao Paulo (BRASILE);
- Pontificia Universidade catolica do Rio Grande do Sul.

Descrizione link: LLP-Erasmus

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/erasmus/index.htm?vr=1>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Belgio	Haute Ecole, Bruxel		09/03/2015	solo italiano
2	Belgio	Helmo Haute Ecole Libre Mosane; Liege		27/03/2018	solo italiano
3	Belgio	Université de Liège		24/03/2014	solo italiano
4	Croazia	Catholic University of Croatia		10/02/2016	solo italiano
5	Francia	Université Jules Verne Picardie		01/10/2014	solo italiano
6	Francia	Université Pantheon-Sorbonne (Paris 1)		02/02/2016	solo italiano
7	Francia	Université Paris Descartes (Paris 5)		01/10/2014	solo italiano
8	Francia	Université Paris XIII		01/10/2016	solo italiano
9	Francia	Université Paris XIII		10/02/2016	solo italiano
10	Francia	Université Sorbonne Nouvelle (Paris 3)		11/03/2016	solo italiano
11	Francia	Université Sorbonne Nouvelle (Paris 3)		01/10/2016	solo italiano
12	Francia	Université de Bourgogne		02/07/2015	solo italiano
13	Francia	Université de Lille 3		01/10/2016	solo italiano
14	Germania	Technische Universität (TUD)		01/10/2014	solo italiano
15	Lituania	University of Applied Sciences, Vilnius		28/11/2017	solo italiano
16	Norvegia	University of Agder Kristiansand (UiA)		01/10/2014	solo italiano
17	Paesi Bassi	NHL Hogeschool, Leeuwarden		01/10/2014	solo italiano
18	Polonia	Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw		19/01/2016	solo italiano

19	Polonia	University of Humanities and Economics in Lodz		13/04/2015	solo italiano
20	Polonia	Uniwersitet Papieski Jana Pawla II		20/04/2015	solo italiano
21	Polonia	Uniwersytet Gdański - University of Gdańsk		01/03/2017	solo italiano
22	Polonia	Uniwersytet Rzeszowski		04/07/2017	solo italiano
23	Portogallo	Instituto Superior de Comunicacao Empresarial, Lisboa		11/01/2014	solo italiano
24	Portogallo	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA		01/10/2014	solo italiano
25	Portogallo	Universidade Nova de Lisboa		20/07/2017	solo italiano
26	Repubblica Ceca	Masaryk University		01/06/2016	solo italiano
27	Spagna	Universidad De Lleida	28595-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
28	Spagna	Universidad De Malaga	28699-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
29	Spagna	Universidad Miguel Hernandez de ELCHE		01/10/2014	solo italiano
30	Spagna	Universidad Pontificia De Salamanca	29536-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
31	Spagna	Universidad de Sevilla		01/10/2014	solo italiano
32	Spagna	Universidad del Pais Vasco		01/10/2013	solo italiano
33	Spagna	Universitat Abat Oliba CEU		01/10/2014	solo italiano
34	Spagna	Universitat De Barcelona	28570-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
35	Spagna	Universitat De Girona	28687-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
36	Spagna	Universidad Miguel Hernandez de Elche		01/10/2014	solo italiano
37	Turchia	İstanbul Şehir Üniversitesi		10/11/2015	solo italiano
38	Turchia	Istanbul University		01/10/2014	solo italiano

18/04/2018

Le attività volte a facilitare l'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro, costantemente ricalibrate sulla base delle esigenze del mercato, sono organizzate, promosse e realizzate dall'Ufficio Job Placement.

Questo ufficio:

- a. promuove le attività di stage/placement e la stipula di convenzioni attraverso l'attivazione di partnership (gestione rapporti con enti pubblici e privati);
- b. individua profili in linea con la domanda;
- c. definisce le attività formative da svolgere durante lo stage e la tipologia di tirocinio da attivare (curricolari, extracurricolari e di inserimento/reinserimento lavorativo);
- d. concorda con l'ente la call da pubblicizzare e provvede alla definizione della modalità di candidatura (colloqui di preselezione/selezione, anche in presenza di referenti aziendali, oppure di invio diretto o screening di curricula) raccoglie i curricula.

L'Ufficio al fine di fidelizzare l'azienda/ente/studio professionale con l'Ateneo per rapporti privilegiati e continuativi e far conoscere le competenze in uscita dei laureati offre un servizio che consente di:

- a. definire il fabbisogno aziendale e di individuare favorevoli dispositivi di politica attiva del lavoro, supportando l'iter amministrativo da seguire;
- b. svolgere un'attività di tutoraggio degli stage sia nel rapporto con i tirocinanti sia con i referenti aziendali;
- c. identificare offerte di lavoro/concorsi/premi/stage (da BURC, Gazzetta Ufficiale, siti internet e quotidiani).

Al fine di consentire ai propri laureati di definire il proprio profilo professionale coerentemente con il proprio percorso formativo e di realizzare un efficace incrocio domanda/offerta effettua dei colloqui conoscitivi e di orientamento per:

- a. individuare l'obiettivo professionale;
- b. attivare stage funzionali all'acquisizione o allo sviluppo di competenze specifiche;
- c. all'individuazione di ulteriori ed eventuali percorsi formativi post lauream;
- d. identificare opportuni dispositivi di politica attiva del lavoro;

Nello svolgimento delle proprie funzioni, il Job Placement presta molta attenzione alle attività di orientamento di secondo livello, pertanto, offre percorsi personalizzati che consentono una focalizzazione di scelte professionali consapevoli attraverso:

- a. analisi della domanda;
- b. approfondimento dei profili per la scelta dell'obiettivo professionale;
- c. bilancio delle competenze, aumento della consapevolezza di sé;
- d. definizione piano di azione.

Ad integrazione e completamento delle attività ordinarie, l'Ufficio è altresì, impegnato:

- a. nella ricerca, ideazione e partecipazione a progetti Regionali e Nazionali volti a finanziare attività che consentono l'incrocio domanda/offerta;
- b. nella progettazione, realizzazione e aggiornamento dei materiali informativi e descrittivi delle attività svolte;
- c. nella promozione e realizzazione di dispositivi di politica attiva del lavoro;
- d. nella organizzazione e partecipazione ad eventi finalizzati all'incontro domanda/offerta sia interni che esterni all'Ateneo;
- e. nell'attuazione di workshop di formazione e orientamento al lavoro;
- f. nella produzione di report richiesti dai vari CdS o enti ministeriali funzionali al monitoraggio della formazione erogata in relazione all'inserimento dei laureati dell'Ateneo nel mondo produttivo.

Descrizione link: Ufficio Job Placement

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/placement/index.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

23/05/2018

Particolarmente cospicua è l'offerta di attività formative e culturali extracurricolari.

Numerosi sono stati gli eventi rivolti agli studenti al fine di favorire l'incontro e l'interazione tra questi e il mondo del lavoro, in particolare il variegato settore dell'industria culturale. In particolare, sono state organizzate occasioni di confronto con direttori artistici di teatri e Festival culturali, come per esempio l'incontro con il direttore artistico del Napoli Teatro Festival, o quello con Cristina Donadio; Gli incontri del Blu, durante i quali ANTHEA, associazione nazionale di teatro arteterapia, ha promosso due giorni di incontri ed esperienze, una sorta campus dove mettere in gioco saperi e pratiche per aprire gli spazi creativi di persone e comunità; le attività organizzate in collaborazione con il Festival del cinema dei diritti umani di Napoli, durante le quali gli studenti hanno l'opportunità di incontrare registi, documentaristi e professionisti del mondo del cinema e del giornalismo di impegno civile. Sono state anche potenziate le attività di sperimentazione di una nuova didattica per gli studenti di Scienze della Comunicazione, che grazie al lavoro svolto dal team della radio web d'Ateneo, Run Radio entrano nelle routine produttive di un apparato di produzione culturale e, nello stesso tempo, esplorano le potenzialità di questo mezzo di comunicazione.

Sono state implementate anche attività di collaborazione internazionale che hanno consentito agli studenti di partecipare a progetti di ricerca internazionali, come il progetto internazionale Toxic Bios, in collaborazione con l'Università di Stoccolma e in particolare con l'Environmental Humanities Laboratory del Royal Institute of Technology, durante il quale gli studenti hanno svolto attività di ricerca sul campo e hanno elaborato un documentario finale.

Nell'ambito dell'offerta di attività formative e culturali extracurricolari sono stati organizzati numerosi convegni e seminari internazionali, strutturati in funzione delle esigenze formative degli studenti, come per esempio il seminario internazionale sui temi dell'immigrazione e dell'inclusione. Molte le iniziative didattiche organizzate anche nell'ambito delle attività di visiting. Sono state organizzate anche attività seminariali interfacoltà su temi di grande attualità e interesse per i giovani, tra i quali Politica al muro: le mani sulla street art e Pop Life. Culture, società, arti, media nell'era globale.

Inoltre, tante le iniziative organizzate per favorire l'incontro degli studenti con l'impresa e soprattutto con il fare impresa, come l'evento Apprendere per innovare. Dal corso di autoimprenditorialità al fare impresa. La partecipazione alla Start Cup Campania. UNISOB mette a disposizione degli studenti una ricca varietà di servizi, di attività formative, culturali ed extracurricolari e un supporto amministrativo e consulenziale completo, che valorizzino capacità, attitudini, interessi e potenzialità degli studenti, dal loro ingresso in Ateneo e per tutta la durata del percorso universitario, fino al conseguimento del titolo.

ACCOUNT DI POSTA ELETTRONICA PERSONALE

ALSOB - Associazione Laureati Suor Orsola Benincasa

ATTIVITA' CULTURALI

AULE MULTIMEDIALI

AULE STUDIO

BIBLIOTECA

COUNSELLING PSICOLOGICO

CUS - Centro Universitario Sportivo

DIRITTO ALLO STUDIO

ERASMUS +

INCHIOSTRO

JOB PLACEMENT

LABORATORI

LIFELONG LEARNING

MUSEI E ARCHIVI STORICI

NEWSLETTER

ORIENTAMENTO

PUNTI DI RISTORO

RELAZIONI INTERNAZIONALI

RESIDENZA UNIVERSITARIA

RUNRADIO - Radio Universitaria Napoletana

SAAD - Servizio di Ateneo per le Attività di studenti con Disabilità

SALA RIVISTE

SCIENZA NUOVA

SEGRETERIA STUDENTI

SERVIZIO LE.PR.E.
S.O.V. Sportello di Orientamento al Volontariato
SPORTELLLO STUDENTE DI FACOLTÀ
STAGE STUDENTI
STANZA VIRTUALE
TFA - Tirocinio Formativo Attivo
TIROCINI SCIENZE DELLA FORMAZIONE PRIMARIA
TUTORATO STUDENTI
VIDEOTECA
WI-FI

Per approfondimenti su ciascuno di questi servizi consultare il sito o il file allegato

Descrizione link: Altri servizi dell'Ateneo

Link inserito: http://www.unisob.na.it/ateneo/altri_servizi.htm?vr=1

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: UNISOB dalla A alla Z

QUADRO B6

Opinioni studenti

In una sezione del sito «Il Corso in cifre» sono inseriti una serie di indicatori quantitativi utile strumento per l'Ateneo, al fine di riflettere sul grado di raggiungimento dei propri obiettivi, per gli studenti, al fine di favorire e facilitare le loro scelte future. Gli indicatori riguardano dati sulle carriere degli studenti, l'occupabilità dei laureati, l'opinione degli studenti, la soddisfazione dei laureati e l'opinione degli enti e aziende. 27/09/2018

OPINIONE DEGLI STUDENTI

La rilevazione dell'opinione degli studenti svolta dall'Ateneo è obbligatoria per gli studenti frequentanti ai sensi dell'art. 1 comma 2 della L. 370/1999 e fa parte integrante del sistema di Assicurazione di Qualità dell'UNISOB. L'Ateneo ha deciso di raccogliere anche l'opinione degli studenti non frequentanti.

In attesa della pubblicazione da parte dell'ANVUR di un nuovo documento relativo all'attività di rilevazione dell'opinione degli studenti contenente le nuove schede e le linee guida circa le modalità e tempistiche di rilevazione, la rilevazione è condotta secondo i modelli di riferimento del documento AVA del 9 gennaio 2013 e relativi allegati. Pertanto la valutazione degli studenti frequentanti e non frequentanti riguarda tutti gli insegnamenti attivati e ha come oggetto l'organizzazione del CdS, l'organizzazione del singolo insegnamento, la docenza, il carico di studio, il materiale con gli ausili didattici nonché ulteriori informazioni aggiuntive e il grado di soddisfazione generale.

Modalità della rilevazione

La rilevazione è condotta attraverso un questionario on-line contenente i quesiti presenti nell'Allegato IX del Documento AVA 2013 scheda n. 1 per gli studenti frequentanti e scheda n. 3 per gli studenti non frequentanti.

Alle domande gli studenti hanno potuto scegliere tra quattro possibili risposte a cui è stato attribuito un punteggio secondo lo schema riportato:

1. DECISAMENTE NO (2,5 punti)
2. PIÙ NO CHE SI (5 punti)
3. PIÙ SI CHE NO (7,5 punti)
4. DECISAMENTE SI (10 punti)

Tempi di svolgimento della rilevazione

La somministrazione dei questionari agli studenti frequentanti avviene fra i 2/3 e il termine della durata dell'insegnamento, quindi nella terza settimana di novembre per gli insegnamenti del primo semestre e nella terza settimana di aprile per gli insegnamenti del secondo semestre nel corso della settimana della valutazione. In questo periodo gli studenti frequentanti sono invitati alla compilazione dei questionari tramite il loro smartphone.

I questionari sono comunque compilati obbligatoriamente perché inseriti all'interno della procedura di prenotazione all'appello di esame e pertanto per tutti gli studenti è data sempre la possibilità di compilare il questionario prima della prenotazione.

Raccolta dati

Gli esiti dei questionari per l'a.a. 2017/2018 sono raccolti nel mese di settembre 2018 e pubblicati a settembre del 2018 mediante estrazione dal Data Warehouse d'Ateneo e riguardano le rilevazioni da novembre 2017 a settembre 2018.

Uso dei risultati

I risultati analitici delle rilevazioni dei singoli insegnamenti sono resi noti individualmente ai docenti che li hanno erogati, al Preside di Facoltà, al responsabile del CdS e al NdV. Da tale analisi le attività migliorative proposte saranno riportate nei Rapporti di riesame ciclico del CdS.

Pubblicazione dei risultati

Per ogni CdS sono resi pubblici i risultati per le singole domande dei questionari degli studenti.

Il documento visualizzato, diviso in opinione studenti frequentanti e opinione studenti non frequentanti, è così strutturato:

1. Dati generali sulla rilevazione del CdS: Numero di questionari raccolti nel periodo di riferimento; soglia minima di rappresentatività del corso (5 questionari); numero di insegnamenti che hanno superato la soglia minima di rappresentatività; numero di insegnamenti che non hanno superato la soglia minima di rappresentatività; numero di laboratori; media generale del corso (la scala è su 10); numero d'insegnamenti rappresentativi e per i quali il punteggio medio è inferiore alla media.
2. Tabella con il dettaglio per le singole domande del questionario: numero questionari compilati; punteggio per ogni domanda; media voto per ogni domanda su scala 10.
3. Grafico rappresentante il punteggio medio del CdS riportato per ogni quesito.

Descrizione link: Opinioni degli studenti

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/cifre1.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni degli studenti

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

In una sezione del sito «Il Corso in cifre» sono inseriti una serie di indicatori quantitativi utile strumento per l'Ateneo, al fine di riflettere sul grado di raggiungimento dei propri obiettivi, per gli studenti, al fine di favorire e facilitare le loro scelte future. Gli indicatori riguardano dati sulle carriere degli studenti, l'occupabilità dei laureati, l'opinione degli studenti, la soddisfazione dei laureati e l'opinione degli enti e aziende.

27/09/2018

OPINIONE DEI LAUREATI

La valutazione dei laureati ha come oggetto un giudizio sull'intero CdS in termini di frequenza del corso, carico di studio globale, organizzazione complessiva e strutture didattiche, soddisfazione generale nei confronti dei docenti, del corso di studi, delle strutture, valutazione dei servizi generali e della biblioteca.

Modalità della rilevazione

La rilevazione delle opinioni dei laureati è stata effettuata attraverso le indagini ALMALAUREA.

Gli esiti della rilevazione consentono di raffrontare i dati di ciascun Corso di studi con la media dell'Ateneo.
Per approfondire le modalità di rilevazione si rimanda alla Nota metodologica del Rapporto AlmaLaurea
(https://www.alma laurea.it/sites/alma laurea.it/files/docs/universita/profilo/profilo2018/notemetodologiche_profilo2017.pdf)

Tempi di svolgimento della rilevazione

La somministrazione dei questionari agli studenti frequentanti avviene all'atto della presentazione della domanda di laurea: un link li rimanda al portale AlmaLaurea per la registrazione e per la compilazione del questionario.

I questionari sono comunque compilati obbligatoriamente perché inseriti all'interno della procedura online.

Raccolta dati

Gli esiti dei questionari riguardano i laureati nell'anno solare precedente a quello di pubblicazione. Solo per i dati dell'indagine 2018, l'indagine riguarda i laureati a partire da giugno 2017, data nella quale è iniziata la collaborazione con il consorzio AlmaLaurea.

Uso dei risultati

I risultati delle rilevazioni sono resi noti a settembre sul sito di Ateneo.

Vengono in particolare comunicati ai responsabili dei CdS, alle Commissioni Paritetiche e al NdV, affinché la loro analisi possa rappresentare documentazione utile per la stesura delle rispettive relazioni annuali.

Pubblicazione dei risultati

Per ogni CdS sono resi pubblici i risultati per le singole domande del questionario dei laureati.

La prima sezione del documento fa riferimento al livello di soddisfazione, la seconda alla condizione occupazionale.

I dati vengono riportati anche in forma grafica, con diagramma a torta e istogrammi dinamici, per una più immediata lettura e un più agevole confronto fra i dati di Corso di studio e le medie di Ateneo.

Descrizione link: Opinione dei laureati

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/cifre5.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: OPINIONI LAUREATI



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

In una sezione del sito «Il Corso in cifre» sono inserite informazioni sull'ingresso, percorso e uscita nel mondo universitario degli studenti del Corso, sui risultati delle opinioni sulla didattica di laureati e studenti, sull'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro e sull'opinioni enti e imprese

27/09/2018

DATI DI INGRESSO, PERCORSO E USCITA

Il documento raccoglie una serie di indicatori quantitativi messi a disposizione dall'ANVUR al fine di favorire le attività di autovalutazione e pubblicati nel quadro C1 della SUA-CdS.

I dati al 30 giugno 2018 fanno riferimento ai CdS attivi nell'a.a. 2017/2018 e sono disponibili sul sito. Gli aggiornamenti previsti al 30 settembre 2018, 31 dicembre 2018, 30 marzo 2019 saranno resi disponibili sul sito di Ateneo nella sezione il corso in cifre.

Il nuovo insieme di indicatori è ricco di informazioni e offre la possibilità di operare diversi tipi di confronti:

1. i valori dei singoli indicatori sono stati calcolati con riferimento a tre anni accademici (o coorti di immatricolati, si veda in dettaglio ciascun indicatore), rendendo immediata l'individuazione di trend interni alla struttura.
2. per ciascun indicatore sono forniti valori di benchmark riferiti ai corsi della stessa Classe nell'Ateneo, nell'area geografica in cui insiste il CdS e in Italia
3. per ciascun indicatore e per ciascun anno sono forniti i valori del numeratore e del denominatore.

Scheda del corso di studi

- la denominazione del CdS
- la sede di svolgimento
- Le informazioni sull'Ateneo: il nome, il suo status, la tipologia e l'Area geografica
- Le informazioni sul corso: la Classe di laurea, se è interclasse, la tipologia, l'erogazione e la durata del corso, la programmazione degli accessi
- Confronto con corsi della stessa classe in altre aree geografiche

Numerosità del corso

- avvii di carriera al primo anno
- immatricolati puri
- iscritti: numero complessivo degli iscritti al CdS a qualsiasi anno di corso
- Iscritti regolari: a qualsiasi anno di corso purché regolari
- Iscritti regolari immatricolati puri: è un di cui dell'informazione precedente

Gruppo A: Indicatori didattici

iC1: percentuali di studenti iscritti entro la durata normale del CdS che abbiano acquisito almeno 40 cfu nell'anno solare

iC2: percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso

iC3: percentuale di iscritti al primo anno (L, LMCU) provenienti da altre Regioni

iC4: percentuale iscritti al primo anno (LM) laureati in altro Ateneo

iC5: Rapporto studenti regolari/docenti (professori a tempo indeterminato, ricercatori a tempo indeterminato, ricercatori di tipo a e tipo b)

iC6 e iC6bis: Percentuale di laureati occupati a un anno dal titolo (tale dato riguarda solo l'anno 2017 da cui parte la rilevazione Almalaurea).

iC8: Percentuale dei docenti di ruolo che appartengono a settori scientifico- disciplinari (SSD) di base e caratterizzanti per corso di studio (L; LMCU; LM), di cui sono docenti di riferimento

iC9: Valori dell'indicatore di Qualità della ricerca dei docenti per le lauree magistrali (QRDLM) (valore di riferimento: 0,8)

Gruppo B: Indicatori internazionalizzazione

iC10: Percentuale di CFU conseguiti all'estero dagli studenti regolari sul totale dei CFU conseguiti dagli studenti entro la durata normale del corso

iC11: Percentuale di laureati (L; LM; LMCU) entro la durata normale del corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero

iC12: Percentuale di studenti iscritti al primo anno del corso di laurea (L) e laurea magistrale (LM; LMCU) che hanno conseguito il precedente titolo di studio all'estero

Gruppo E: Ulteriori indicatori per la valutazione della didattica

iC13: Percentuale di CFU conseguiti al I anno su CFU da conseguire

iC14: Percentuale di studenti che proseguono nel II anno nello stesso corso di studio

iC15: Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 20 CFU al I anno

iC16: Percentuale di studenti che proseguono al II anno nello stesso corso di studio avendo acquisito almeno 40 CFU al I anno

iC17: Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano entro un anno oltre la durata normale del corso nello stesso corso di studio

iC18: Percentuale di laureati che si iscriverebbero di nuovo allo stesso corso di studio

iC19: Ore di docenza erogata da docenti assunti a tempo indeterminato sul totale delle ore di docenza erogata

Indicatori di approfondimento - Percorso di studio e regolarità delle carriere

iC21: Percentuale di studenti che proseguono la carriera nel sistema universitario al II anno

iC22: Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che si laureano, nel CdS, entro la durata normale del corso

iC23: Percentuale di immatricolati (L; LM; LMCU) che proseguono la carriera al secondo anno in un differente CdS dell'Ateneo

iC24: Percentuale di abbandoni del CdS dopo N+1 anni

Indicatori di approfondimento Soddisfazione e occupabilità

iC25: percentuale di laureandi complessivamente soddisfatti del CdS

iC26: Percentuale di laureati occupati a un anno dal Titolo

Indicatori di approfondimento - Consistenza e qualificazione del corpo docente

iC27: Rapporto studenti iscritti/docenti complessivo (pesato per le ore di docenza)

iC28: Rapporto studenti iscritti al primo anno/docenti degli insegnamenti del primo anno (pesato per le ore di docenza)

Descrizione link: Dati di ingresso, di percorso, di uscita

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/cifre4.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Scheda del Corso di Studio - 30/06/2018

QUADRO C2

Efficacia Esterna

In una sezione del sito «Il Corso in cifre» sono inseriti una serie di indicatori quantitativi utile strumento per l'Ateneo, ^{27/09/2018} al fine di riflettere sul grado di raggiungimento dei propri obiettivi, per gli studenti, al fine di favorire e facilitare le loro scelte future. Gli indicatori riguardano dati sulle carriere degli studenti, l'occupabilità dei laureati, l'opinione degli studenti, la soddisfazione dei laureati e l'opinione degli enti e aziende.

EFFICACIA ESTERNA

Questo quadro contiene i risultati della recente indagine svolta da Almalaurea sulla condizione occupazionale dei laureati ad un anno, 3 anni e 5 anni dalla laurea, confrontando i dati del Corso con quelli di Ateneo.

Poiché le indagini sulla Condizione occupazionale si riferiscono a coorti di laureati differenti non sono disponibili i dati di anni precedenti in quanto l'UNISOB è entrata nel consorzio AlmaLaurea nell'anno 2017

Modalità della rilevazione

La rilevazione della condizione occupazionale dei laureati è svolta secondo i tempi e le modalità definite dal Consorzio Almalaurea

Raccolta dati

L'aggiornamento dati avviene ad aprile di ogni anno.

Uso dei risultati

I risultati delle rilevazioni sono resi noti a settembre sul sito di Ateneo.

Vengono in particolare comunicati ai responsabili dei CdS, alle Commissioni Paritetiche e al NdV, affinché la loro analisi possa rappresentare documentazione utile per la stesura delle rispettive relazioni annuali.

Pubblicazione dei risultati

Per ogni CdS sono resi pubblici i risultati per le singole domande del questionario sulla condizione occupazionale.

La seconda sezione del documento fa riferimento alla condizione occupazionale, mentre la prima al livello di soddisfazione dei laureati.

I dati vengono riportati anche in forma grafica, con istogrammi dinamici, per una più immediata lettura e un più agevole confronto fra i dati di Corso di studio e le medie di Ateneo.

Descrizione link: Efficacia esterna

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/cifre6.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Efficacia esterna

QUADRO C3

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

In una sezione del sito «Il Corso in cifre» sono inseriti una serie di indicatori quantitativi utile strumento per l'Ateneo, ^{27/09/2018} al fine di riflettere sul grado di raggiungimento dei propri obiettivi, per gli studenti, al fine di favorire e facilitare le loro scelte future. Gli indicatori riguardano dati sulle carriere degli studenti, l'occupabilità dei laureati, l'opinione degli studenti, la soddisfazione dei laureati e l'opinione degli enti e aziende.

OPINIONI ENTI E IMPRESE

L'Ateneo acquisisce periodicamente le opinioni di enti o imprese - che si offrono di ospitare o hanno ospitato uno studente per stage/tirocinio per una ricognizione sui punti di forza e aree di miglioramento nella preparazione dello studente.

Tali dati sono pubblicati nel quadro C3 della SUA-CdS.

Modalità della rilevazione

La ricognizione delle opinioni di enti o imprese che hanno ospitato uno studente per attività di stage o tirocinio, sui punti di forza o aree di miglioramento nella preparazione dello studente, è stata curata dai tutor stage dei CdS attraverso un questionario appositamente predisposto dall'Ufficio Stage Studenti, somministrato, a seconda dei casi, in cartaceo o on-line, con una procedura informatizzata che consente di archiviare automaticamente in un database i dati acquisiti.

Il questionario di valutazione post-stage (opinioni soggetto ospitante) prevede 4 sezioni:

1. Informazioni di sintesi relative all'esperienza conclusa: denominazione del soggetto ospitante e settore di attività dello stage (A), dati anagrafici dello studente (B - riservati), tipologia di stage (C), nominativi dei tutor di riferimento (assegnati dalla struttura ospitante e da Unisob) e periodo dello stage (date di inizio/fine).
2. Valutazione generale sull'andamento dello stage (D): livello di crescita professionale raggiunto, adattamento al contesto,

raggiungimento degli obiettivi, motivazione ed interesse, grado di autonomia lavorativa, grado di responsabilità ed affidabilità.

3. Valutazione delle competenze specifiche maturate durante lo stage, distinte in competenze tecnico-professionali(D1), trasversali (D2), informatiche (D3), linguistiche (D4).

4. Indicazioni sull'esito dello stage (E): proroga, interruzione, conclusione dell'esperienza o, in alternativa, inserimento lavorativo presso la struttura.

Tempi di rilevazione

Al termine del tirocinio/stage, il tutor del soggetto ospitante è invitato a compilare il questionario di fine stage per valutare l'esperienza formativa dello studente presso la struttura. Il tutor potrà esprimere il proprio giudizio assegnando un punteggio in scala (da 1 a 5, ossia da scarso ad eccellente) ad ogni singola voce presente nel format. Infine, lo studente consegnerà il questionario (se compilato in cartaceo) con l'opinione del soggetto ospitante al suo tutor stage universitario durante la fase di convalida/verbalizzazione del tirocinio. Nel format si denota una particolare attenzione per la determinazione delle competenze indicate al punto 3 (tecnico-professionali, informatiche, trasversali, linguistiche). Pertanto, il tutor del soggetto ospitante dovrà valutare le competenze in possesso dello studente sia all'inizio dell'esperienza formativa che al termine dello stage.

L'introduzione della doppia valutazione, ossia il confronto tra le skill iniziali e quelle finali, permette di verificare l'effettiva crescita formativa/professionale maturata attraverso il tirocinio.

Esiti

Gli esiti dei questionari compilati sono stati raccolti nel mese di settembre dall'Ufficio Stage di Ateneo e riguardano l'anno solare precedente.

il documento predisposto è comune per tutto l'ateneo.

Visualizzazione

È presente il numero dei questionari raccolti nell'anno solare diviso per ogni cds.

Per ogni argomento di indagine è presente un grafico a torta con le percentuali delle risposte.

Descrizione link: Opinioni enti e imprese

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/cifre3.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: OPINIONI ENTI E IMPRESE

**QUADRO D1****Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo**

16/05/2018

La politica per l'Assicurazione della Qualità (AQ) nell'Ateneo è elaborata dal Rettore, che ne è responsabile, ed è condivisa con il Senato Accademico, il Consiglio d'Amministrazione e la Direzione amministrativa.

Il compito di attuare la politica di AQ è demandato ai Corsi di Studio e alle Facoltà, che si avvalgono del supporto (autovalutativo e propositivo) dei rispettivi Gruppi AQ e delle rispettive Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti.

A livello centrale, il Presidio della Qualità di Ateneo (PQA) assicura il costante monitoraggio del sistema di AQ, vigila sulla sua corretta gestione e assicura il flusso delle informazioni tra gli attori sopra nominati da un lato e il Nucleo di Valutazione e gli Organi di Governo dall'altro. Il PQA offre supporto informativo, formativo, gestionale e organizzativo a tutti gli attori del sistema di AQ e risponde direttamente al Rettore del suo operato.

In particolare, il PQA: a) organizza e verifica la compilazione delle schede SUA-CdS e SUA-RD; b) coordina e supporta le procedure di AQ a livello di Ateneo; c) organizza e verifica il Monitoraggio annuale e il Riesame dei CdS; d) assicura lo scambio di informazioni con il NdV e l'Anvur; e) raccoglie i dati per il monitoraggio degli indicatori di qualità e ne cura la diffusione e gli esiti; f) monitora la realizzazione dei provvedimenti intrapresi a seguito delle raccomandazioni e/o condizioni conseguenti alla Visita di Accredimento iniziale o periodica.

Il PQA, istituito con D.R. 7 gennaio 2013, n. 2, è stato riorganizzato con D.R. 24 ottobre 2017, n. 748, che ne ha rideterminato composizione e compiti nel modo seguente: Prof.ssa Natascia Villani (Presidente); Prof.ssa Giulia Maria Labriola (AQ per la Ricerca); Prof. Stefano De Luca (AQ per la Attività di formazione); prof.ssa Emanuela Bufacchi (Riesame e valutazione dell'efficacia degli interventi svolti).

Il PQA svolge regolarmente attività di formazione per tutti gli attori coinvolti nel sistema di AQ e cura la stesura di Linee-guida relative alla natura e alla funzione degli attori stessi o di nuovi strumenti messi a punto dall'Anvur ai fini della qualità.

Al fine di organizzare l'intero sistema di AQ secondo una sequenza temporale logicamente scandita, il PQA ha messo a punto il Cronoprogramma annuale delle attività di gestione, autovalutazione e miglioramento (di cui al quadro D3) e lo ha condiviso con tutti gli attori del sistema di AQ e con gli uffici preposti alle diverse funzioni connesse alla conduzione dei Corsi di Studio:

- la Segreteria Studenti e le Segreterie didattiche, per i dati di ingresso, di percorso e di uscita, e per l'opinione degli studenti sul percorso formativo e sui servizi erogati;
- l'Ufficio Orientamento e Tutorato, per le indicazioni relative all'Orientamento in ingresso e tutorato in itinere;
- l'Ufficio Erasmus, per le informazioni riguardanti l'assistenza e gli accordi per la mobilità internazionale;
- l'Ufficio Job Placement, per la raccolta delle opinioni dei laureati e per le statistiche di ingresso dei laureati nel mondo del lavoro;
- l'Ufficio Stage studenti, per la raccolta delle opinioni di enti e imprese presso le quali si svolgono attività di stage e tirocinio, e per gli esiti delle azioni finalizzate all'accompagnamento al lavoro;
- il CED (Centro Elaborazione Dati e servizi statistici), per l'elaborazione statistica di tutti i dati e la loro presentazione in una forma che li renda accessibili e facilmente leggibili a tutti gli attori coinvolti nel processo di AQ.

E' possibile consultare attraverso il PDF allegato (Prospetto di sintesi attività svolte dal Presidio della Qualità) le attività di AQ svolte a livello di Ateneo nel periodo compreso tra la compilazione della precedente SUA e l'attuale.

Descrizione link: Assicurazione Qualità

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/ateneo/aq/index.htm?vr=1>

QUADRO D2**Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio**

07/06/2018

Organi di gestione del CdS sono: il Presidente del CdS, il gruppo di gestione di Assicurazione della Qualità del CdS (di seguito Gruppo AQ), il Comitato di Indirizzo (di seguito CI), il Consiglio di CdS.

Il Presidente del CdS è nominato dal Consiglio di Facoltà (qui di seguito CdF), su proposta del Preside di Facoltà, tra i docenti di ruolo della Facoltà. Dura in carica tre anni con possibilità di rinnovo. Al Presidente è assegnato il compito di rappresentanza verso l'esterno, di responsabilità delle attività inerenti al programma di corso che si svolgono presso l'UNISOB, di coordinamento delle azioni di AQ, di presidenza del Consiglio di CdS, di coordinamento con il Preside di Facoltà per tutte le attività che riguardano:

- a. l'ordinaria gestione del corso di studi;
- b. l'elaborazione del programma annuale delle attività didattiche (Didattica programmata) e le assegnazioni dei compiti didattici ai docenti;
- c. l'individuazione degli standard di qualità del programma didattico e degli obiettivi che saranno oggetto di verifica periodica;
- d. la definizione delle richieste di budget;
- e. la predisposizione degli eventuali aggiornamenti annuali dell'Ordinamento del Cds e della proposta di Regolamento Didattico del CdS e successive modifiche;
- f. modalità di ammissione.

Il Gruppo AQ è costituito da un numero massimo di cinque membri: due o tre docenti/ricercatori del corso, fino a due rappresentanti degli studenti ed è supportato da un rappresentante del personale tecnico-amministrativo. I componenti del Gruppo AQ vengono nominati, su proposta del Presidente del CdS, dal CdF. Il Gruppo AQ, la cui durata equivale alla durata legale del CdS, si riunisce secondo i tempi indicati nell'Art. 3 del Regolamento del CdS e in particolare ha il compito di:

- a. analizzare l'andamento della didattica e prendere in esame eventuali criticità emerse da segnalare al Consiglio del CdS e al CdF al fine di predisporre adeguate soluzioni;
- b. verificare che i risultati di apprendimento attesi e le loro applicazioni risultino conformi a quelli del CdS;
- c. monitorare le attività intraprese e verificare in itinere che la corrispondenza inizialmente progettata tra profilo culturale e professionale e obiettivi formativi sia tradotta in pratica;
- d. segnalare al Presidente del CdS eventuali criticità e redigere proposte di intervento sull'Ordinamento o sul Regolamento Didattico, o sulle modalità di organizzazione del CdS;
- e. coadiuvare il Presidente del CdS nella redazione della scheda annuale di monitoraggio, del riesame ciclico, della scheda sulle opinioni degli studenti, della SUA-CDS.

Il comitato di indirizzo (CI), è costituito dal Presidente del CdS, da almeno un docente del CdS e esponenti del mondo del lavoro, supportato da un rappresentante del personale tecnico-amministrativo, nominati dal Consiglio del CdS su proposta del Presidente. Il CI, convocato almeno una volta all'anno, in particolare ha il compito di:

- a. effettuare consultazioni annuali con le organizzazioni rappresentative della produzione di beni e servizi, delle professioni;
- b. verificare in itinere che la corrispondenza inizialmente progettata tra profilo culturale e professionale e obiettivi formativi sia tradotta in pratica;
- c. assicurare il continuo collegamento tra il CdS e le aziende convenzionate per l'attivazione degli stage per gli studenti;
- d. proporre nuove aziende con cui stipulare convenzioni.

Il consiglio di CdS è costituito dal Gruppo AQ, dai docenti di riferimento del CdS, dai docenti strutturati con incarichi di insegnamento all'interno del CdS, dal un rappresentante degli studenti e supportato da un rappresentante del personale tecnico-amministrativo. Su invito del Presidente al consiglio di CdS possono partecipare tutti i docenti del CdS. Il consiglio di CdS ha il compito di:

- a. analizzare i risultati dei processi di autovalutazione formulando proposte di miglioramento;
- b. proporre modifiche al regolamento del CdS;
- c. pronunciarsi in materia di riconoscimento di studi svolti all'estero;
- d. partecipare alla definizione del didattica programmata;
- e. proporre innovazioni didattiche, attività seminariali, testimonianze aziendali;
- f. monitorare il collegamento tra i vari insegnamenti e la loro rispondenza ai risultati di apprendimento;
- g. partecipare all'ideazione e definizione del programma di promozione di concerto con il Servizio di Orientamento e Tutorato di Ateneo;
- h. monitorare la coerenza degli stage e delle attività laboratoriali con gli obiettivi formativi del CdS.

06/06/2018

1. L'insieme dei processi interni relativi alla progettazione, gestione e autovalutazione delle attività formative che mirano al miglioramento della qualità del CdS, definito l'assicurazione della qualità (AQ) del CdS, è garantito da una serie di azioni.
2. Gli attori dell'AQ del CdS sono: il Presidente del CdS, il Gruppo AQ, la Commissione Paritetica docenti-studenti (di seguito CPDS), il Consiglio del CdS, il CI, supportati dal Presidio della Qualità.
3. Sulla composizione e sui ruoli del Presidente del CdS, del Gruppo AQ, del Consiglio di CdS e del CI si rimanda all'Art. 2 del Regolamento del CdS. Sulla composizione e sul ruolo della CPDS si rimanda alle Linee guida di questo Ateneo.
4. L'intero processo AQ è svolto durante l'anno e prevede per ogni attore una tempistica determinata
5. Il gruppo AQ nel corso dell'anno e seguendo una tempistica stabilita dovrà: elaborare un commento degli indicatori del CdS (SMA Scheda di monitoraggio annuale) entro il 31 ottobre; monitorare l'andamento della didattica del primo semestre entro il 15 dicembre con l'analisi delle opinioni degli studenti (frequentanti, laureandi, laureati); aggiornare la SUA- CdS entro aprile secondo le Linee guida per la compilazione della SUA; monitorare l'andamento della didattica del secondo semestre entro il 31 maggio.
6. Il CI entro il 31 ottobre analizza gli indicatori del CdS relativamente al livello occupazionale formulando pareri e suggerimenti secondo le Linee guida per i comitati di indirizzo e le consultazioni delle parti interessate.
7. Il Consiglio di CdS nel corso dell'anno e seguendo una tempistica stabilita dovrà: approvare i commenti degli indicatori del CdS (SMA Scheda di monitoraggio annuale) e analizzare i suggerimenti del CI entro il 30 novembre; analizzare, entro il 31 gennaio, le opinioni degli studenti approvando la scheda di commento, la relazione CPDS, le osservazioni del gruppo AQ sull'andamento del primo semestre, proponendo eventuali azioni di miglioramento e eventuali modifiche ordinamento; elaborare, entro il 31 maggio, le proposte didattiche da inviare all'approvazione degli organi accademici; valutare, entro il 31 luglio, la relazione del gruppo AQ sull'andamento del secondo semestre, allineare i programmi dei singoli insegnamenti.
8. La Commissione Paritetica docenti-studenti per la didattica si riunisce per: analizzare le opinioni degli studenti (frequentanti, laureandi e laureati) entro il 15 ottobre; e analizzare gli indicatori del corso di studio entro il 30 novembre. Al termine stilerà la sua relazione secondo le Linee guida di questo Ateneo.

Pdf inserito: [visualizza](#)

19/05/2017



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - NAPOLI
Nome del corso in italiano RD	Scienze della comunicazione
Nome del corso in inglese RD	Communication Studies
Classe RD	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/index.htm?vr=1
Tasse	http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/tasse.htm?vr=1
Modalità di svolgimento RD	a. Corso di studio convenzionale

Corsi interateneo

RD

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

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

Un corso interateneo può coinvolgere solo atenei italiani, oppure atenei italiani e atenei stranieri. In questo ultimo caso il corso di studi risulta essere internazionale ai sensi del DM 1059/13.

Corsi di studio erogati integralmente da un Ateneo italiano, anche in presenza di convenzioni con uno o più Atenei stranieri che, disciplinando essenzialmente programmi di mobilità internazionale degli studenti (generalmente in regime di scambio), prevedono il rilascio agli studenti interessati anche di un titolo di studio rilasciato da Atenei stranieri, non sono corsi interateneo. In questo

caso le relative convenzioni non devono essere inserite qui ma nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5 della scheda SUA-CdS.

Per i corsi interateneo, in questo campo devono essere indicati quali sono gli Atenei coinvolti, ed essere inserita la convenzione che regola, fra le altre cose, la suddivisione delle attività formative del corso fra di essi.

Qualsiasi intervento su questo campo si configura come modifica di ordinamento. In caso nella scheda SUA-CdS dell'A.A. 14-15 siano state inserite in questo campo delle convenzioni non relative a corsi interateneo, tali convenzioni devono essere spostate nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5. In caso non venga effettuata alcuna altra modifica all'ordinamento, è sufficiente indicare nel campo "Comunicazioni dell'Ateneo al CUN" l'informazione che questo spostamento è l'unica modifica di ordinamento effettuata quest'anno per assicurare l'approvazione automatica dell'ordinamento da parte del CUN.

Non sono presenti atenei in convenzione

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	PETRILLO Antonio
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	CONSIGLIO DI CORSO DI STUDIO
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di SCIENZE della FORMAZIONE SCIENZE della FORMAZIONE

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD	Incarico didattico
1.	BENESATTO	Elisabetta	SPS/08	ID	1	Base/Caratterizzante	1. COMUNICAZIONE PUBBLICA
2.	CAPOZZI	Eugenio	M-STO/04	PO	1	Base/Caratterizzante	1. STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE
3.	FERRARO	Stefania	SPS/11	RD	1	Caratterizzante	1. PROCESSI CULTURALI E VIDEO-ANALISI 2. TOPOGRAFIE DELLO SPAZIO SOCIALE
4.	LANDO	Arturo	SPS/08	RU	1	Base/Caratterizzante	1. TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA
5.	NIOLA	Marino	M-DEA/01	OD	1	Caratterizzante	1. ANTROPOLOGIA DEI SIMBOLI
6.	PETRILLO	Antonio	SPS/07	PA	1	Base/Caratterizzante	1. SOCIOLOGIA GENERALE 1. STORIA DELLE DOTTRINE

7.	RUSSO	Francesca	SPS/02	PA	1	Caratterizzante	POLITICHE INTERNAZIONALISTICHE 2. STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE
8.	SAINATI	Augusto	L-ART/06	PO	1	Caratterizzante	1. STORIA DEL CINEMA
9.	ZAPPALA'	Aldo Claudio	L-ART/06	ID	1	Caratterizzante	1. STRATEGIE E TECNICHE CROSSMEDIALI

requisito di docenza (numero e tipologia) verificato con successo!

requisito di docenza (incarico didattico) verificato con successo!

Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
VALENTE	FRANCESCA		
CAMPILI	ANDREA		Commissione Paritetica

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
BORRELLI	DAVIDE
FERRARO	STEFANIA
LANDO	ARTURO
RUSSO	FRANCESCA

Tutor

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

SCOGNAMIGLIO	Igor
D'AMBROSIO	Maria

Programmazione degli accessi

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

Sedi del Corso

DM 987 12/12/2016 Allegato A - requisiti di docenza

Sede del corso: Corso Vittorio Emanuele 292 - 80135 - NAPOLI	
Data di inizio dell'attività didattica	01/10/2018
Studenti previsti	250

Eventuali Curriculum

COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA	IMP
MEDIA E CULTURE	MED
CINEMA E TELEVISIONE	CIN



Altre Informazioni

R^{AD}

Codice interno all'ateneo del corso	120
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Numero del gruppo di affinità	1

Date delibere di riferimento

R^{AD}

Data di approvazione della struttura didattica	26/01/2015
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	24/02/2015
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	05/12/2008 - 05/12/2014
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Nucleo dopo attenta analisi della proposta di trasformazione rileva: una adeguata individuazione delle esigenze formative e delle aspettative delle parti interessate attraverso consultazioni dirette e studi di rilevazione dati; una adeguata definizione degli sbocchi professionali; una adeguata definizione degli obiettivi di apprendimento congruenti con gli obiettivi generali. Inoltre il Nucleo ha apprezzato la possibilità offerta allo studente di scegliere al terzo anno fra percorsi formativi differenti articolati su tre discipline, che consentono allo studente di crearsi un percorso formativo in linea con i propri interessi professionali. Infine il Nucleo fa notare che le conoscenze richieste per l'accesso sono formulate in modo chiaro e completo.

Il Nucleo ha poi proceduto ad una verifica di massima, da approfondire comunque in sede successiva di valutazione delle proposte di attivazione dei Corsi di Studio, relativamente ai seguenti parametri: numerosità di docenti riguardo al livello di soddisfazione dei requisiti quantitativi; copertura qualitativa dei settori scientifico-disciplinari; adeguatezza delle strutture disponibili in termini di ore settimanali di utilizzo potenziali per studente, di posti aula, laboratori informatici e biblioteche.

Tenuto conto di tutto ciò il Nucleo dà una valutazione positiva della proposta di trasformazione del Corso di laurea in Scienze della Comunicazione (L-20).

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro la scadenza del 9 marzo 2018 **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITamento iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

[Linee guida ANVUR](#)

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

Il Nucleo dopo attenta analisi della proposta di trasformazione rileva: una adeguata individuazione delle esigenze formative e delle aspettative delle parti interessate attraverso consultazioni dirette e studi di rilevazione dati; una adeguata definizione degli sbocchi professionali; una adeguata definizione degli obiettivi di apprendimento congruenti con gli obiettivi generali. Inoltre il Nucleo ha apprezzato la possibilità offerta allo studente di scegliere al terzo anno fra percorsi formativi differenti articolati su tre discipline, che consentono allo studente di crearsi un percorso formativo in linea con i propri interessi professionali. Infine il Nucleo fa notare che le conoscenze richieste per l'accesso sono formulate in modo chiaro e completo.

Il Nucleo ha poi proceduto ad una verifica di massima, da approfondire comunque in sede successiva di valutazione delle proposte di attivazione dei Corsi di Studio, relativamente ai seguenti parametri: numerosità di docenti riguardo al livello di soddisfazione dei requisiti quantitativi; copertura qualitativa dei settori scientifico-disciplinari; adeguatezza delle strutture disponibili in termini di ore settimanali di utilizzo potenziali per studente, di posti aula, laboratori informatici e biblioteche. Tenuto conto di tutto ciò il Nucleo dà una valutazione positiva della proposta di trasformazione del Corso di laurea in Scienze della Comunicazione (L-20).

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

RAD

Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattic assistit:
1	2017	591802407	ANALISI E SPERIMENTAZIONE TELEVISIVA <i>annuale</i>	0	Mihaela GAVRILA <i>Ricercatore confermato</i> <i>Università degli Studi di ROMA "La Sapienza"</i> Docente di riferimento	SPS/08	18
2	2017	591800906	ANTROPOLOGIA DEI SIMBOLI <i>annuale</i>	M-DEA/01	Marino NIOLA <i>Professore straordinario a t.d.</i> <i>(art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	M-DEA/01	36
3	2017	591800895	ASSESSMENT CENTER E COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO <i>annuale</i>	0	Luigi Maria SICCA <i>Professore Ordinario</i> <i>Università degli Studi di Napoli Federico II</i>	SECS-P/10	18
4	2017	591800894	BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ <i>annuale</i>	0	Irene BERTUCCI		18
5	2016	591801974	CINEMA ED ENOGASTRONOMIA <i>annuale</i>	L-ART/06	Marco LOMBARDI		36
6	2017	591802402	COMUNICARE IL PATRIMONIO <i>annuale</i>	0	Luisa BOCCIERO		18
7	2017	591800870	COMUNICAZIONE D'IMPRESA <i>annuale</i>	SECS-P/08	Alessandra STORLAZZI <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-P/08	36
8	2017	591800907	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI <i>annuale</i>	M-PED/01	Maria D'AMBROSIO <i>Professore Associato confermato</i>	M-PED/01	36
9	2016	591801990	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI (CORSO AVANZATO)	M-PED/01	Maria D'AMBROSIO <i>Professore</i>	M-PED/01	36

		<i>annuale</i>			<i>Associato confermato</i>		
10	2016	591801247	COMUNICAZIONE E LINGUAGGI MUSICALI <i>annuale</i>	L-ART/07	Alfredo D'AGNESE		36
11	2017	591802397	COMUNICAZIONE E MARKETING DELLO SPORT <i>annuale</i>	SPS/08	Alessandro FORMISANO		18
12	2017	591800871	COMUNICAZIONE PUBBLICA <i>annuale</i>	SPS/08	Docente di riferimento Elisabetta BENESATTO <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SPS/08	36
13	2017	591802401	COMUNICAZIONE SOCIALE <i>annuale</i>	SPS/08	Valerio DI SALLE		18
14	2016	591801240	COMUNICAZIONI E CULTURE ENOGASTRONOMICHE <i>annuale</i>	SPS/08	Licia GRANELLO		36
15	2016	591801263	CULTURA E IDENTITA' <i>annuale</i>	SPS/11	Elisabetta MORO <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i> Antonio MARTUSCIELLO <i>Professore straordinario a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i> Università Telematica PEGASO	M-DEA/01	36
16	2017	591800872	DIRITTO DELL'INFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE <i>annuale</i>	IUS/09	Docente di riferimento Aldo Claudio ZAPPALA' <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SPS/07	36
17	2016	591801248	ECONOMIA DEI MEDIA <i>annuale</i>	SECS-P/08	Stefano BALASSONE	L-ART/06	36
18	2016	591801241	ECONOMIA DEI MEDIA <i>annuale</i>	SECS-P/08	Umberto RANIERI		54
19	2016	591801986	ECONOMIA DEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO <i>annuale</i>	SECS-P/02	Sergio SCIARELLI		18

20	2016	591801232	ECONOMIA DELL'IMPRESA <i>annuale</i>	SECS-P/08	<i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05) Università Telematica UNITELMA SAPIENZA Giuseppe DI TARANTO</i>	SECS-P/08	36
21	2018	591801585	ECONOMIA POLITICA <i>annuale</i>	SECS-P/01	<i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	SECS-P/12	36
22	2016	591801976	FARE CINEMA <i>annuale</i>	L-ART/06	<i>Igor SCOGNAMIGLIO</i>		18
23	2016	591801989	GESTIONE E MARKETING DELLE IMPRESSE EDITORIALI <i>annuale</i>	SPS/08	<i>Enzo D'ELIA</i>		36
24	2017	591802398	IL LAVORO DEL PUBBLICITARIO: DALLA CREAZIONE DEL CONCEPT ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA <i>annuale</i>	0	<i>Francesco Paolo VIRNICCHI</i>		18
25	2017	591800873	INGLESE 2 <i>annuale</i>	L-LIN/12	<i>Stefania TONDO Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-LIN/10	36
26	2018	591801586	INGLESE I <i>annuale</i>	L-LIN/10	<i>Stefania TONDO Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-LIN/10	54
27	2018	591801587	INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE <i>annuale</i>	IUS/20	<i>Paola GIORDANO Professore Ordinario</i>	IUS/20	54
28	2017	591802403	LABORATORIO DI GIORNALISMO <i>annuale</i>	0	<i>Concetta FIORE</i>		18
29	2017	591802408	MANIPOLAZIONE MEDIATICA: COS'E' E COME FUNZIONA <i>annuale</i>	0	<i>Marta PALAZZO</i>		18
30	2016	591801234	MARKETING <i>annuale</i>	SECS-P/08	<i>Docente non specificato Docente di riferimento Stefania</i>		36
			METODOLOGIA DELLA				

31	2017	591800874	RICERCA SOCIALE <i>annuale</i>	SPS/07	FERRARO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/11	36
32	2017	591800916	NEW MEDIA E GESTIONE DELL' INFORMAZIONE <i>annuale</i>	SPS/08	David BOGI		36
33	2017	591800875	ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE <i>annuale</i>	SECS-P/10	Luigi Maria SICCA <i>Professore Ordinario Università degli Studi di Napoli Federico II</i>	SECS-P/10	54
34	2018	591801592	PIANO DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA <i>annuale</i>	SECS-P/08	Igor SCOGNAMIGLIO		18
35	2018	591801600	PROCESSI CULTURALI E VIDEO-ANALISI <i>annuale</i>	SPS/11	Docente di riferimento Stefania FERRARO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/11	18
36	2018	591801608	PRODUZIONE DEGLI IMMAGINARI <i>annuale</i>	SPS/08	Gabriella PACI <i>Ricercatore confermato</i>	SPS/08	18
37	2017	591802409	PRODUZIONE E CONSUMI CULTURALI <i>annuale</i>	0	Roberto NICORELLI		18
38	2017	591802404	RADIO DAYS I <i>annuale</i>	0	Antonio D'AMORE		36
39	2016	591801243	REPORTAGE <i>annuale</i>	L-ART/06	Alessandro CECCHI PAONE		36
40	2017	591802410	RIPRESA E MONTAGGIO PER IL CINEMA (A CURA DEL MCT) <i>annuale</i>	0	Sergio SCOPPETTA		18
41	2018	591801588	SEMIOTICA <i>annuale</i>	M-FIL/05	Stefano GENSINI <i>Professore Ordinario Università degli Studi di ROMA "La Sapienza"</i> Giulio Maria CHIODI <i>Professore</i>	M-FIL/05	54
42	2016	591801261	SIMBOLICA DELLE ISTITUZIONI	SPS/01		SPS/01	36

		<i>annuale</i>			<i>straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>		
43	2017	591800876	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI <i>annuale</i>	SPS/08	Davide BORRELLI <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SPS/08	54
					Docente di riferimento		
44	2016	591801262	SOCIOLOGIA DEL MONDO ISLAMICO <i>annuale</i>	SPS/11	Antonio PETRILLO <i>Professore Associato confermato</i>	SPS/07	36
					Docente di riferimento		
45	2018	591801589	SOCIOLOGIA GENERALE <i>annuale</i>	SPS/07	Antonio PETRILLO <i>Professore Associato confermato</i>	SPS/07	54
46	2017	591802399	SPACKAGING! RIVEDERE IL DIALOGO PRODUTTORE CONSUMATORE <i>annuale</i>	0	Francesca NICOLAIS		18
47	2016	591801979	SPY INVESTIGATION. CRONISTA DI NERA <i>annuale</i>	SPS/12	Cristiana BARONE		36
48	2016	591801238	STAGE <i>annuale</i>	0	Maria D'AMBROSIO <i>Professore Associato confermato</i>	M-PED/01	150
49	2017	591800918	STORIA DEL CINEMA <i>annuale</i>	L-ART/06	Augusto SAINATI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-ART/06	54
50	2018	591801590	STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE <i>annuale</i>	M-STO/04	Eugenio CAPOZZI <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	M-STO/04	54
			STORIA DELLE		Docente di riferimento Francesca RUSSO		

51	2017	591800911	DOTTRINE POLITICHE <i>annuale</i>	SPS/02	Professore Associato confermato	SPS/02	36
52	2016	591801985	STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE INTERNAZIONALISTICHE <i>annuale</i>	SPS/02	Francesca RUSSO Professore Associato confermato	SPS/02	36
53	2016	591801982	STORIA DELLE ISTITUZIONI POLITICHE <i>annuale</i>	SPS/03	Francesca RUSSO Professore Associato confermato	SPS/02	36
54	2016	591801983	STORIA DELLE MAFIE <i>annuale</i>	SPS/12	Isaia SALES		36
55	2017	591800912	STORIA E TECNICHE DEL GIORNALISMO <i>annuale</i>	SPS/08	Nunzia MARRONE		54
56	2017	591800919	STRATEGIE E TECNICHE CROSSMEDIALI <i>annuale</i>	L-ART/06	Aldo Claudio ZAPPALA' Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	L-ART/06	54
57	2017	591802400	STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONALE DI UNA AGENZIA DI PUBBLICITÀ <i>annuale</i>	0	Antonella CIOFFI		18
58	2016	591801250	TECNICHE DEL DOCUMENTARIO <i>annuale</i>	SPS/08	Carlo Alberto PINELLI		36
59	2016	591801235	TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA <i>annuale</i>	SPS/08	Davide BORRELLI Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	54
60	2016	591801981	TELENOVELAS E IDENTITA' NAZIONALE <i>annuale</i>	L-ART/06	Rosaria DE MARCO		18
61	2016	591801984	TEORIA DEL LINGUAGGIO POLITICO <i>annuale</i>	SPS/01	Natascia VILLANI Professore Associato confermato	SPS/01	36
			TEORIE E TECNICHE DEI		Docente di riferimento		

62	2018	591801591	MEDIA <i>annuale</i>	SPS/08	Arturo LANDO <i>Ricercatore confermato</i>	SPS/08	54	
63	2016	591801251	TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO <i>annuale</i>	L-ART/06	Carlo Alberto PINELLI		36	
64	2017	591800920	TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO TELEVISIVO <i>annuale</i>	SPS/08	Massimo CINQUE		36	
65	2016	591801264	TOPOGRAFIE DELLO SPAZIO SOCIALE <i>annuale</i>	SPS/11	Docente di riferimento Stefania FERRARO <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	SPS/11	36	
66	2017	591802405	VIDEOGIORNALISMO ON THE ROAD <i>annuale</i>	0	Bruna VARRIALE		18	
67	2017	591800933	WEB 2.0 <i>annuale</i>	0	Quirino PICONE		18	
68	2017	591800877	WEB E NUOVE TECNOLOGIE <i>annuale</i>	ING-INF/05	Giorgio VENTRE <i>Professore Ordinario Università degli Studi di Napoli Federico II</i>	ING-INF/05	54	
69	2016	591801236	WEB MARKETING <i>annuale</i>	SECS-P/08	Quirino PICONE		36	
							ore totali	2472

Curriculum: COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>SEMIOTICA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 27
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni <i>WEB E NUOVE TECNOLOGIE (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale <i>SOCIOLOGIA GENERALE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	21	21	18 - 39
	<i>METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIALE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	SECS-P/01 Economia politica <i>ECONOMIA POLITICA (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 36 (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			39	36 - 66
Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	15 - 63
	<i>SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>COMUNICAZIONE PUBBLICA (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i> <i>TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (3 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Scienze umane ed	SECS-P/10 Organizzazione aziendale <i>ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE E DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (2 anno) - 9 CFU -</i>			18 -

economico-sociali	<i>annuale - obbl</i>	48	48	63
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	<i>COMUNICAZIONE D'IMPRESA (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	<i>ECONOMIA DELL'IMPRESA (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	<i>MARKETING (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	<i>WEB MARKETING (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	M-STO/04 Storia contemporanea			
	<i>STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	15	15	9 - 27
	<i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			81	54 - 153

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	IUS/20 Filosofia del diritto			
Attività formative affini o integrative	<i>INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min 18
	L-LIN/10 Letteratura inglese			
	<i>INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Totale attività Affini			18	18 - 24
Altre attività			CFU	CFU Rad
A scelta dello studente			12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale		6	6 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera		6	6 - 12
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c			
	Ulteriori conoscenze linguistiche		-	-
	Abilità informatiche e telematiche		-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento		6	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		12	-
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali			-	-
Totale Altre Attività			42	34 - 40

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

CFU totali inseriti nel curriculum **COMUNICAZIONE PUBBLICA E D'IMPRESA**: 180 142 - 283

Curriculum: MEDIA E CULTURE

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>SEMIOTICA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni <i>WEB E NUOVE TECNOLOGIE (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 27
	SPS/07 Sociologia generale <i>SOCIOLOGIA GENERALE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SECS-P/01 Economia politica <i>ECONOMIA POLITICA (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	24	24	18 - 39
	M-STO/04 Storia contemporanea <i>STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 36 (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			42	36 - 66
Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
	<i>SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	24	24	15 - 63
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione <i>REPORTAGE (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>STORIA E TECNICHE DEL GIORNALISMO (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i> <i>COMUNICAZIONI E CULTURE ENOGASTRONOMICHE (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			

Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>ECONOMIA DEI MEDIA (3 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	36	36	18 - 63
	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale <i>COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche <i>ANTROPOLOGIA DEI SIMBOLI (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici <i>SOCIOLOGIA DEL MONDO ISLAMICO (3 anno) - 6 CFU - annuale</i> <i>CULTURA E IDENTITA' (3 anno) - 6 CFU - annuale</i> <i>TOPOGRAFIE DELLO SPAZIO SOCIALE (3 anno) - 6 CFU - annuale</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	SPS/02 Storia delle dottrine politiche <i>STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	36	18	9 - 27
	SPS/01 Filosofia politica <i>SIMBOLICA DELLE ISTITUZIONI (3 anno) - 6 CFU - annuale</i>			
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico <i>DIRITTO DELLINFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 54)

Totale attività caratterizzanti			78	54 - 153
--	--	--	----	----------

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Attività formative affini o integrative	IUS/20 Filosofia del diritto <i>INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min 18
	L-LIN/10 Letteratura inglese <i>INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			

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

Altre attività		CFU	CFU Rad
-----------------------	--	------------	----------------

A scelta dello studente		12	12 - 12
-------------------------	--	----	---------

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	6 - 12

	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c 12		
	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento	6	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	12	-
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d 10		
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		42	34 - 40
CFU totali per il conseguimento del titolo	180		
CFU totali inseriti nel curriculum <i>MEDIA E CULTURE</i>:	180 142 - 283		

Curriculum: CINEMA E TELEVISIONE

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi <i>SEMIOTICA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni <i>WEB E NUOVE TECNOLOGIE (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 27
	SPS/07 Sociologia generale <i>SOCIOLOGIA GENERALE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>NEW MEDIA E GESTIONE DELL' INFORMAZIONE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	21	21	18 - 39
	SECS-P/01 Economia politica <i>ECONOMIA POLITICA (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 36 (minimo da D.M. 36)			
Totale attività di Base			39	36 - 66
Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>TEORIE E TECNICHE DEI MEDIA (1 anno) - 9 CFU</i>			

	- annuale - obbl				
	<i>SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI (2 anno)</i>				
	- 9 CFU - annuale - obbl				
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/07 Musicologia e storia della musica				
	<i>COMUNICAZIONE E LINGUAGGI MUSICALI (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	54	54	15 - 63	
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione				
	<i>STORIA DEL CINEMA (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>				
	<i>STRATEGIE E TECNICHE CROSSMEDIALI (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>				
	<i>ANALISI DEL FILM E DEL PRODOTTO TELEVISIVO (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
	<i>CINEMATOGRAFIA DOCUMENTARIA (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
Scienze umane ed economico-sociali	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi				
	<i>TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO TELEVISIVO (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
	<i>TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 63	
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese				
	<i>STRATEGIE DI PRODUZIONE CROSSMEDIALE (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	M-STO/04 Storia contemporanea				
	<i>STORIA DELLA GLOBALIZZAZIONE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	9	9	9 - 27	

Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 54)

Totale attività caratterizzanti			81	54 - 153
--	--	--	----	----------

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	IUS/20 Filosofia del diritto			
	<i>INTRODUZIONE ALLE SCIENZE GIURIDICHE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	18	18	18 - 24 min
	L-LIN/10 Letteratura inglese			18
	<i>INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
Totale attività Affini			18	18 - 24
Altre attività			CFU	CFU Rad
A scelta dello studente			12	12 - 12
	Per la prova finale		6	6 - 6

Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	6 - 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		12	
Ulteriori conoscenze linguistiche		-	-
Abilità informatiche e telematiche		-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento	6	-
Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		12	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		10	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		42	34 - 40
CFU totali per il conseguimento del titolo		180	
CFU totali inseriti nel curriculum <i>CINEMA E TELEVISIONE</i>: 180 142 - 283			



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori

Attività di base R²D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica			
	ING-INF/03 Telecomunicazioni			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea	18	27	-
	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
Discipline sociali e mediologiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	M-STO/04 Storia contemporanea			
	SECS-P/01 Economia politica			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/04 Scienza politica			
	SPS/07 Sociologia generale	18	39	-
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:	36		
Totale Attività di Base			36 - 66	

Attività caratterizzanti R²D

CFU

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/05 Discipline dello spettacolo	15	63	-
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	L-ART/07 Musicologia e storia della musica			
	M-FIL/04 Estetica			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
Scienze umane ed economico-sociali	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche	18	63	-
	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale			
	M-PSI/01 Psicologia generale			
	SECS-P/01 Economia politica			
	SECS-P/02 Politica economica			
	SECS-P/07 Economia aziendale			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/01 Diritto privato	9	27	-
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	M-STO/04 Storia contemporanea			
	SPS/01 Filosofia politica			
	SPS/02 Storia delle dottrine politiche			
	SPS/04 Scienza politica			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici			
SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale				
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		54		
Totale Attività Caratterizzanti		54 - 153		

Attività affini
R&D

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/20 - Filosofia del diritto L-LIN/10 - Letteratura inglese	18	24	18

Altre attività
R&D

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

Totale Altre Attività

34 - 40

Riepilogo CFU
R&D

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

Range CFU totali del corso

142 - 283

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R^{AD}

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R^{AD}

Note relative alle attività di base

R^{AD}

Sono stati selezionati tutti i settori per poter, successivamente, in fase di PREOFF, delineare i curricula annunciati nella sezione obiettivi specifici in modo più vario.

Note relative alle altre attività

R^{AD}

La conoscenza della lingua prevista sarà l'inglese di primo e secondo livello.

Le abilità informatiche sono acquisite con i crediti relativi (minimo 6 cfu) al settore ING-INF/05.

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

R^{AD}

Il settore L-LIN/10 rientra in un ambito di conoscenze delle lingue straniere per un totale di 12 cfu che completano i 6 cfu previsti tra le altre attività formative "per la conoscenza di almeno una lingua straniera".

Note relative alle attività caratterizzanti

R^{AD}

to è quello attribuito all'ambito Scienze umane ed economico sociali e all'ambito delle Metodologie, analisi e tecniche della e per potere delineare i curricula proposti.