



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - NAPOLI
<b>Nome del corso in italiano</b> RED	Scienze della comunicazione( <i>IdSua:1553822</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b> RED	Communication Studies
<b>Classe</b>	L-20 - Scienze della comunicazione RED
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b> RED	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b> RED	<a href="https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/index.htm?vr=1">https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/index.htm?vr=1</a>
<b>Tasse</b>	<a href="http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/tasse.htm?vr=1">http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/tasse.htm?vr=1</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale

## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	PETRILLO Antonio
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	CONSIGLIO DI CORSO DI STUDIO
<b>Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi</b>	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.	GIORDANO	Paola	IUS/20	PO	1	Affine
5.	PALMA	Massimo	SPS/01	RD	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

<b>Rappresentanti Studenti</b>	In attesa elezione (bando emanato con D.R. 365 del 24/05/2019) Rappresentante CdS SICILIANO Erika Rappresentante CPDS
--------------------------------	---

<b>Gruppo di gestione AQ</b>	Davide BORRELLI Stefania FERRARO Arturo LANDO Francesca VALENTE - Studente AQ
------------------------------	--

<b>Tutor</b>	Igor SCOGNAMIGLIO Maria D'AMBROSIO
--------------	---------------------------------------

## Il Corso di Studio in breve

28/05/2018

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.

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.

Link: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/scheda.htm?vr=1> ( Il Corso in breve )

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)**

27/05/2019

Il Presidente del CdS - insieme ai componenti del gruppo AQ - ha effettuato una nuova, ampia e aggiornata consultazione con i soggetti che compongono il Comitato di Indirizzo; lo stesso è adeguatamente rappresentativo delle istanze relative ai tre Curricula del Corso di Studi L-20.

Le indagini relative all'andamento del Corso e la successiva consultazione con i Membri del Comitato di Indirizzo sono state effettuate sia attraverso i dati prodotti dai differenti Servizi dell'Ateneo sia consultando studi di settore, al fine di compiere un'analisi comparativa tra il nostro Corso e i competitor regionali e nazionali.

Il numero di soggetti e di dati direttamente o indirettamente consultati risulta sufficientemente adeguato 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 l'attuale articolazione del CdS risulta pienamente 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, insieme al gruppo AQ e al Presidente 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 e di internazionalizzazione rivolte agli studenti.

Comitato d'Indirizzo:

1. prof. Petrillo Antonello;
2. prof. Borrelli Davide;
3. prof.ssa Ferraro Stefania;
4. prof. Lando Arturo;
5. Presidente Banca di Credito Cooperativo di Napoli;
6. autore televisivo RAI;
7. giornalista, scrittore;
8. Presidente della Film Commission-Regione Campania;
9. Presidente dell'Associazione Editori e di Guida Edizioni;
10. inCoerenze srl (azienda che si occupa di comunicazione e organizzazione eventi);
11. Responsabile delle Pubbliche Relazioni per il Teatro San Carlo.
12. Rappresentante di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiane).

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale CI 02.05.2019

QUADRO A2.a

R&D

**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.

Link : <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/requisiti.htm?vr=1> ( Requisiti per l'accesso al Corso )

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

27/05/2019

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. 2019/2020.

L'ammissione è regolamentata da un apposito bando, pubblicato su [www.unisob.na.it](http://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.

Link : [http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/modalita\\_accesso.htm?vr=1](http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/modalita_accesso.htm?vr=1) ( Modalità di ammissione )

QUADRO A4.a

R<sup>AD</sup>

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.

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

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

<b>QUADRO A4.b.2</b>	<b>Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione:</b> <b>Dettaglio</b>
<b>Media e culture</b>	
<b>Conoscenza e comprensione</b>  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](#)

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](#)

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI [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



Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

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

<p><b>Autonomia di giudizio</b></p>	<p>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.</p> <p>In merito al 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.</p> <p>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.</p> <p>Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi</p> <p>Link inserito: <a href="http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1">http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1</a></p>	
<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi</p> <p>Link inserito: <a href="http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1">http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/obiettivi.htm?vr=1</a></p>	
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p>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.</p> <p>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</p>	

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.

Link : [https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lauree/regolamento\\_triennio.htm?vr=1](https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/lauree/regolamento_triennio.htm?vr=1) ( Regolamento elaborato di laurea )

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento Didattico L-20

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 <a href="#">link</a>	DI TARANTO GIUSEPPE		6	36	

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

Il Servizio 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, le potenzialità, l'apertura all'innovazione, coniugata alle scienze umane e alle relazioni internazionali.

Le azioni, le strategie e i progetti del Servizio 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. La fitta agenda di azioni e attività coinvolge oltre 200 scuole della Campania e fuori regione.

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, tenuti da esperti del settore presso le sedi scolastiche; in consulenze in presenza in sede; in lezioni demo delle discipline caratterizzanti i percorsi didattici e visite guidate ai laboratori. Al fine di rafforzare la sinergia con gli Istituti di istruzione superiore non manca l'organizzazione di percorsi di ASL (Alternanza Scuola-Lavoro) e PON (Programma Operativo Nazionale) mediante progetti formativi che rispettino le esigenze dei percorsi di studio.

Il ricco calendario delle attività di orientamento prevede l'Open Week - Giornate di Orientamento di Ateneo, evento annuale in cui l'Università ospita gli studenti delle scuole superiori per consentire loro di sperimentare una giornata da matricola mediante la partecipazione a lezioni demo, simulazioni delle prove di ingresso e attività laboratoriali.

Altro evento annuale è 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 condividerne gli obiettivi culturali e professionalizzanti.

A tutto ciò 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 dell'offerta formativa, con il supporto degli orientatori a presidio dei desk informativi.

Altra azione strategica è l'orientamento per la scelta del corso di laurea magistrale e dei percorsi formativi post lauream. In stretta sinergia con i tutor dei Corsi e nell'ottica di un orientamento inteso come processo continuo di educazione alla scelta, il Servizio offre un'azione informativa sulle opportunità di formazione specializzata e sulle prospettive professionali coniugata a un servizio consulenziale per supportare i laureati nella scelta del percorso di studi più in linea con le proprie aspettative e aspirazioni.

Durante l'anno, inoltre, vengono organizzate giornate evento di presentazione dell'offerta formativa e professionalizzante relativa ai percorsi post lauream.

Descrizione link: Servizio di Orientamento e Tutorato

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

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. 27/05/2019

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.
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 "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  $\leq 6$  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 ( $\leq 6$  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. Altre iniziative organizzate a supporto degli studenti sono costantemente pubblicate e aggiornate sul sito web di Ateneo.



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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: SAAD+COUNSELLING

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 <sup>12/06/2019</sup> curriculare, attraverso momenti formativi altamente qualificanti allineati agli obiettivi europei.

L'Ufficio Stage Studenti svolge le seguenti attività:

- stipula convenzioni;
- attiva stage curriculari e professionalizzanti;
- 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 (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 e recentemente migliorata, risultano, ad oggi, circa 2379 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'Amministratore.

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.

Nel corso dell'ultimo anno, l'applicativo web che gestisce la banca dati è stato oggetto di una completa rielaborazione, sia nella

parte accessibile al pubblico che in quella di back-office. Nella parte pubblica è stata rivista la grafica e l'usabilità del motore di ricerca delle aziende, enti e studi convenzionati, implementando nuove chiavi per le ricerche combinate e ottimizzando in particolare i tempi di risposta delle ricerche, quantificabili allo stato in pochi millisecondi. La parte di back-office ad uso degli operatori è stata completamente riscritta per garantire al massimo semplicità d'utilizzo e velocità d'esecuzione, anche con l'inserimento di tutta una serie di nuove funzionalità per la ricerca e la gestione delle aziende e delle relative convenzioni. Obiettivo per il corrente anno è quello di informatizzare tutta la procedura legata al progetto formativo degli studenti, a partire dalla fase di compilazione del progetto, proseguendo con quella di svolgimento presso le aziende, con la somministrazione del questionario di valutazione di fine stage/tirocinio a cura del soggetto ospitante e fino al completamento del percorso. 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](#)

Descrizione Pdf: Stage

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](#)

Descrizione Pdf: Erasmus

Nell'agosto 2018 con la nascita dell'Area Internazionalizzazione ed Erasmus si sono offerte nuove forze alla realizzazione degli

obiettivi propri all'Ateneo, in particolare:

- sviluppare i rapporti dell'Ateneo con Università, Istituzioni ed Enti 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 Visiting professor, Visiting researcher e Visiting student.
- Adottare una politica di attrazione di docenti e studenti stranieri di tutti i livelli anche attraverso efficaci e semplici meccanismi per il loro inserimento.
- Implementare un piano di attività di comunicazione a livello nazionale ed internazionale e disseminazione delle attività di alta formazione mediante varie attività di disseminazione (es. organizzazione di eventi pubblici di promozione e diffusione dei corsi di studio dell'Ateneo) e l'impiego di vari strumenti di comunicazione (social media, video in lingua inglese o altra lingua straniera, completamento del sito in lingua inglese) e la partecipazione a career day internazionali.
- 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.
- Sviluppare il Programma Erasmus+ che consente l'esperienza di vita in altri Paesi, la conoscenza di altre culture e l'acquisizione di una formazione universitaria più varia e completa grazie ad una rete di collaborazioni con università e imprese dei 33 Paesi aderenti al Programma. Nell'ambito del Programma gli studenti possono così effettuare due tipi di mobilità finanziate da una borsa di studio: Erasmus mobility for study e Erasmus mobility for traineeship.
- Accogliere studenti incoming, provenienti dalle Università partner e/o free movers.
- Accogliere e incrementare attività di exchange staff training, job shadowing e exchange Staff Mobility for Teaching.
- Incrementare ulteriormente la partecipazione ai bandi Erasmus+ finalizzati allo sviluppo congiunto di alleanze per la conoscenza e/o sviluppo delle capacità in partenariato con altre università ed imprese EU ed Extra EU anche attraverso la formazione di staff dedicato.
- Incrementare ulteriormente la conoscenza e lo scambio di best practices tra CdS di Ateneo e stranieri con la pianificazione di eventi (support teaching staff mobility Erasmus+).
- Migliorare una progettazione con enti locali e non (per es. Associazioni e Onlus operanti nei paesi in via di sviluppo), per supportare la partecipazione di studenti stranieri a periodi di studio e perfezionamento nei corsi di studio di Ateneo.

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;
- Universidad Libre de Colombia.

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	Germania	Technische Universität (TUD)		01/10/2014	solo italiano
14	Lituania	University of Applied Sciences, Vilnius		28/11/2017	solo italiano
15	Norvegia	University of Agder Kristiansand (UiA)		01/10/2014	solo italiano
16	Paesi Bassi	NHL Hogeschool, Leeuwarden		01/10/2014	solo italiano
17	Paesi Bassi	Windesheim University of Applied Sciences, Zwolle		09/04/2018	solo italiano
18	Polonia	Andrzej Frycz Modrzewski, Krakow		27/02/2019	solo italiano

19	Polonia	Cardinal Stefan Wyszynski University in Warsaw		19/01/2016	solo italiano
20	Polonia	University of Humanities and Economics in Lodz		13/04/2015	solo italiano
21	Polonia	Uniwersitet Papieski Jana Pawla II		20/04/2015	solo italiano
22	Polonia	Uniwersytet Gdański - University of Gdańsk		01/03/2017	solo italiano
23	Polonia	Uniwersytet Rzeszowski		04/07/2017	solo italiano
24	Portogallo	Instituto Politecnico de Viana do Castelo		03/05/2019	solo italiano
25	Portogallo	Instituto Superior de Comunicacao Empresarial, Lisboa		11/01/2014	solo italiano
26	Portogallo	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA		01/10/2014	solo italiano
27	Portogallo	Universidade Nova de Lisboa		20/07/2017	solo italiano
28	Repubblica Ceca	Masaryk University, Brno		01/06/2016	solo italiano
29	Spagna	Universidad De Lleida	28595-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
30	Spagna	Universidad De Malaga	28699-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
31	Spagna	Universidad Miguel Hernandez de ELCHE		01/10/2014	solo italiano
32	Spagna	Universidad Pontificia De Salamanca	29536-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
33	Spagna	Universidad de Alcalà		02/07/2014	solo italiano
34	Spagna	Universidad de Cadiz		29/01/2018	solo italiano
35	Spagna	Universidad de Sevilla		01/10/2014	solo italiano
36	Spagna	Universidad de Valladolid		06/06/2018	solo italiano
37	Spagna	Universidad del Pais Vasco		01/10/2013	solo italiano
38	Spagna	Universitat Abat Oliba CEU		01/10/2014	solo italiano
39	Spagna	Universitat De Barcelona	28570-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano

40	Spagna	Universitat De Girona	28687-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
41	Turchia	İstanbul Şehir Üniversitesi		10/11/2015	solo italiano
42	Turchia	Istanbul University		01/10/2014	solo italiano

## QUADRO B5

## Accompagnamento al lavoro

27/05/2019

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:

- promuove le attività di stage/placement e la stipula di convenzioni attraverso l'attivazione di partnership (gestione rapporti con enti pubblici e privati);
- individua profili in linea con la domanda;
- definisce le attività formative da svolgere durante lo stage e la tipologia di tirocinio da attivare (curricolari, extracurricolari e di inserimento/reinserimento lavorativo);
- 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:

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

Allo scopo 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:

- individuare l'obiettivo professionale;
- attivare stage funzionali all'acquisizione o allo sviluppo di competenze specifiche;
- all'individuazione di ulteriori ed eventuali percorsi formativi post lauream;
- 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:

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

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

- nella ricerca, ideazione e partecipazione a progetti Regionali e Nazionali volti a finanziare attività che consentono l'incrocio domanda/offerta;
- nella progettazione, realizzazione e aggiornamento dei materiali informativi e descrittivi delle attività svolte;
- nella promozione e realizzazione di dispositivi di politica attiva del lavoro;
- nella organizzazione e partecipazione ad eventi finalizzati all'incontro domanda/offerta sia interni che esterni all'Ateneo;
- nell'attuazione di workshop di formazione e orientamento al lavoro;
- 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](#)

Descrizione Pdf: Job

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

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. 27/05/2019

ALSOB - Associazione Laureati Suor Orsola Benincasa

ArgentWeb

Attività culturali

Centri di Ricerca

Centro interdipartimentale SCIENZA NUOVA

Counselling psicologico

CUS - Centro Universitario Sportivo

Diritto allo studio

Inchiostro

LIFELONG LEARNING

MedEatResearch

Media Lab

Musei e Archivi storici

Newsletter

Punti di ristoro

Relazioni internazionali

Residenza Universitaria

RUNRADIO - Radio Universitaria Napoletana

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

Sala Riviste

SERVIZIO LE.PR.E.

S.O.V. Sportello di Orientamento al Volontariato

Stanza Virtuale

TFA - Tirocinio Formativo Attivo

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](http://www.unisob.na.it/ateneo/altri_servizi.htm?vr=1)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Altri servizi

27/09/2018

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.

#### 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, <sup>27/09/2018</sup> 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.

#### 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.almalaurea.it/sites/almalaurea.it/files/docs/universita/profilo/profilo2018/notemetodologiche\\_profilo2017.pdf](https://www.almalaurea.it/sites/almalaurea.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

---

## 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)**

<b>Totale attività di Base</b>		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>			
Scienze umane ed	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>			
	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>	15	15	9 - 27
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	<i>DIRITTO DELL'INFORMAZIONE NEL MONDO GLOBALE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 54 (minimo da D.M. 54)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			81	54 - 153

<b>Attività affini</b>	<b>settore</b>	<b>CFU Ins</b>	<b>CFU Off</b>	<b>CFU Rad</b>
	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>			
<b>Totale attività Affini</b>			18	18 - 24
<b>Altre attività</b>			<b>CFU</b>	<b>CFU Rad</b>
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			-	-
<b>Totale Altre Attività</b>			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>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 36 (minimo da D.M. 36)</b>				
<b>Totale attività di Base</b>			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>			
Scienze umane ed	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>STORIA E TECNICHE DEL GIORNALISMO (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>ECONOMIA DEI MEDIA (3 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			18 -

economico-sociali	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale <i>COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	30	30	63
	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche <i>ANTROPOLOGIA DEI SIMBOLI (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici <i>CULTURA E IDENTITA' (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i> <i>TOPOGRAFIE DELLO SPAZIO SOCIALE (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</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>	24	24	9 - 27
	SPS/01 Filosofia politica			
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico <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** 78 54 - 153

<b>Attività affini</b>	<b>settore</b>	<b>CFU Ins</b>	<b>CFU Off</b>	<b>CFU Rad</b>
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 <i>INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			18
<b>Totale attività Affini</b>			18	18 - 24

<b>Altre attività</b>		<b>CFU</b>	<b>CFU Rad</b>
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	-	-
<b>Totale Altre Attività</b>	42	34 - 40
<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>	
<b>CFU totali inseriti nel curriculum <i>MEDIA E CULTURE</i>:</b>	180 142 - 283	

## Curriculum: CINEMA E TELEVISIONE

Attività di base	settore	CFU	CFU	CFU
		Ins	Off	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>			
	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>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 36 (minimo da D.M. 36)</b>				
<b>Totale attività di Base</b>			39	36 - 66
Attività caratterizzanti	settore	CFU	CFU	CFU
		Ins	Off	Rad
Metodologie, analisi e tecniche della	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>	54	54	15 -
	L-ART/07 Musicologia e storia della musica <i>COMUNICAZIONE E LINGUAGGI MUSICALI (3 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			

comunicazione	<i>STORIA DEL CINEMA (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>				63
	<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>				
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi				
	<i>TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO TELEVISIVO (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>				
Scienze umane ed economico-sociali	<i>TEORIE E TECNICHE DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFICO (2 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	9 - 27

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

**Totale attività caratterizzanti** 81 54 - 153

<b>Attività affini</b>	<b>settore</b>	<b>CFU Ins</b>	<b>CFU Off</b>	<b>CFU Rad</b>
	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
	L-LIN/10 Letteratura inglese			18
	<i>INGLESE I (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			

**Totale attività Affini** 18 18 - 24

<b>Altre attività</b>		<b>CFU</b>	<b>CFU Rad</b>
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	-	-
<b>Totale Altre Attività</b>	42	34 - 40
<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>	
<b>CFU totali inseriti nel curriculum <i>CINEMA E TELEVISIONE</i>:</b>	<b>180</b>	<b>142 - 283</b>