



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - NAPOLI
Nome del corso in italiano RD	Comunicazione pubblica e d'impresa(<i>IdSua:1556724</i>)
Nome del corso in inglese RD	Business and Public Communication
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicit RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/index.htm?vr=1
Tasse	http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/tasse.htm?vr=1
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MAROTTA Sergio
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.	ACOCELLA	Carla	IUS/10	PA	1	Caratterizzante
2.	BORRELLI	Davide	SPS/08	PA	1	Caratterizzante
3.	CASTELLANO	Clelia	SPS/12	RU	1	Caratterizzante
4.	IORIO	Eugenio	ING-INF/03	ID	1	Affine
5.	MAROTTA	Sergio	SPS/12	PA	1	Caratterizzante

6.	MONTANARI	Roberto	ICAR/13	OD	1	Caratterizzante
Rappresentanti Studenti				CAMPILI Andrea CdS D'AGNESE Emanuele CPDS		
Gruppo di gestione AQ				Umberto COSTANTINI Igor SCOGNAMIGLIO Alessandra STORLAZZI Stefania TONDO		
Tutor				Igor SCOGNAMIGLIO Alessandra STORLAZZI		

Il Corso di Studio in breve

29/05/2019

Le attività formative del Corso di laurea tendono a raccogliere in un unico percorso curricolare la predisposizione degli studenti ad acquisire le capacità necessarie a gestire la comunicazione nel settore istituzionale pubblico e in quello privato d'impresa, per renderli capaci di confrontarsi, con elevata capacità critica e autonomia di giudizio, con le tecniche di comunicazione più avanzate e gli strumenti tecnologici all'avanguardia.

Oltre al perfezionamento nell'uso della lingua inglese specificamente indirizzata al mondo della comunicazione, il corso si articola in insegnamenti di base volti all'acquisizione di competenze comunicative e manageriali in relazione al marketing, alla gestione delle risorse umane, all'universo dei nuovi media, nonché all'approfondimento critico delle teorie e tecniche di comunicazione aziendale, all'analisi e interpretazione dei dati e in attività di laboratorio e stage specificamente destinate a facilitare l'apprendimento delle teorie e tecniche di comunicazione pubblica e d'impresa ai fini di un più agevole inserimento nel mondo del lavoro.

Attraverso i crediti a scelta lo studente avrà la possibilità di programmare una formazione su misura accrescendo, con l'opzione tra una vasta gamma di laboratori tenuti da esperti del settore, la capacità di elaborare e disporre dei nuovi formati comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione. Si consente così, nell'unicità del ciclo formativo, di poter approfondire aspetti specifici, grazie alla scelta di settori di interesse individuale, con variazioni ai piani di studio. Altri crediti sono poi destinati a stage e tirocini in aziende ed istituzioni presenti sul territorio nazionale.

Link: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/scheda.htm?vr=1> (Il Corso in breve)

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A1.a
R&D

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

01/02/2016

Il giorno 12/12/2008 e 9/01/2009, presso l'Associazione Unione industriali e poi presso l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - Facoltà di Scienze della Formazione - i proff. L. d'Alessandro, N. Villani, docenti della Facoltà, si sono incontrati con il vicepresidente Rapporti interni e membro del consiglio direttivo dell'Unione Industriali di Napoli, con il responsabile della comunicazione istituzionale dell'Unione Industriali di Napoli, con il direttore Area Economica d'impresa e Internazionalizzazione, e con il consigliere nazionale Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale per discutere sul progetto relativo alla Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa.

E' stato proposto alle parti consultate un confronto su denominazione del corso, sbocchi occupazionali, fabbisogni formativi e obiettivi formativi previsti nello schema di progettazione, oltre a una breve illustrazione del quadro generale delle attività formative. Le Parti Sociali valutano positivamente il nuovo corso che ha saggiamente eliminato le materie non focalizzate sugli obiettivi formativi qualificanti. Si è in effetti puntato sulle materie "core" secondo le finalità del corso di studi.

Tenendo conto delle indicazioni ricevute, si concorda che il progetto di corso è coerente con le esigenze del sistema socio-economico.

QUADRO A1.b

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

10/06/2019

Le parti sociali sono state consultate da parte del Presidente del CdS in maniera diretta a mezzo e-mail. A ciascuno è stato dapprima spedito il manifesto degli studi e una scheda riepilogativa del CdS. Il Presidente del CdS, in base a quanto emerso dalle relazioni della CPDS, del Gruppo AQ e dai dati sulle opinioni degli studenti ha raccolto ulteriori informazioni dagli organi di valutazione, dalla Segreteria Studenti e dall'Ufficio di Job Placement per redigere una scheda riassuntiva sugli elementi di valore e di criticità del CdS. Tale scheda è stata sottoposta, sempre attraverso e-mail, a ciascun membro del Comitato di Indirizzo al fine di ottenere delle valutazioni di merito su domande specifiche. In base alle osservazioni del Comitato di Indirizzo è stato fissato un Consiglio di CdS per intraprendere eventuali azioni correttive.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale CI del 15.05.2019

QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperti dell'industria della conoscenza e della comunicazione in ambito locale, nazionale ed internazionale, in grado di mettere in campo significative energie e competenze per rispondere alle sfide della globalizzazione.

funzione in un contesto di lavoro:

Il laureato potrà svolgere funzioni inerenti:

- la teoria e le tecniche di comunicazione delle aziende e delle istituzioni pubbliche e sociali;
- la conoscenza e l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- la conoscenza delle teorie e delle tecniche delle analisi di mercato e della promozione dei brand;
- la conoscenza di elementi di diritto amministrativo e di diritto commerciale;
- l'economia e l'organizzazione aziendale.

Il laureato acquisisce competenze teoriche connesse alla sociologia, all'economia e al diritto; Sviluppa competenze pratiche che consentono di svolgere attività di analisi, promozione e gestione della comunicazione d'impresa, nonché della comunicazione istituzionale degli enti pubblici; di progettazione di piani di vendita e distribuzione di beni e servizi; di valorizzazione delle risorse aziendali. Ha padronanza dell'English for Business and Communication.

competenze associate alla funzione:

Il corso prepara alle professioni di

- Specialisti della gestione e del controllo nella pubblica amministrazione
- Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private
- Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili
- Redattori di testi per la pubblicità
- Redattori di testi tecnici

Il profilo professionale formato può lavorare presso imprese industriali e commerciali, enti pubblici e privati, studi professionali di marketing, ricerche di mercato, pubblicità e pubbliche relazioni; URP.

sbocchi occupazionali:

Tra gli sbocchi professionali prevedibili per i laureati della laurea magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa si segnalano:

- product e brand manager;
- progettisti, gestori e responsabili dei piani di comunicazione istituzionali e di impresa;
- posizioni di elevata responsabilità nell'organizzazione e gestione di uffici di comunicazione, relazioni esterne e Uffici Relazioni con il Pubblico (URP);
- esperti di e-government nelle pubbliche amministrazioni a livello locale, provinciale, regionale e nazionale;
- ricercatori e analisti negli istituti demoscopici e di market research;
- esperti di azioni di rappresentanza di interessi presso aziende, associazioni e enti pubblici e privati anche a livello internazionale.

1. Specialisti della gestione e del controllo nella pubblica amministrazione - (2.5.1.1)
2. Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
3. Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili - (2.5.1.6.0)
4. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)

19/05/2017

Le competenze di base richieste dalla LM in Scienze della comunicazione pubblica e d'impresa si riferiscono all'acquisizione di conoscenze teoriche e metodologiche derivanti dall'area delle scienze della comunicazione, delle scienze sociologiche, delle scienze politico-economiche; è richiesta inoltre una conoscenza della lingua inglese di livello intermedio e di conoscenze informatiche di base.

Pertanto, sono ammessi all'iscrizione:

a) i laureati nelle seguenti classi di laurea (ex D.M. 270/04): L-20, L-33, L-36, L-40.

b) i laureati nelle seguenti classi di laurea (ex D.M. 509/99): classi 14, 15, 17, 28.

c) i laureati nelle seguenti lauree (ex Legge 341/90): Scienze della comunicazione, Scienze politiche, Economia, Sociologia.

L'accesso è consentito anche a tutti quegli studenti che non rientrando nelle condizioni precedenti hanno tutte le condizioni di seguito riportate:

1. aver maturato almeno 9 CFU complessivi in ognuno dei seguenti SSD: SPS/07; SPS/08; SECS-P/01; SECS-P/08; SECS-P/10.

2. aver maturato almeno 9 CFU complessivi in uno dei seguenti SSD: SPS/09; M-PSI/01; SPS/01; IUS/20.

3. aver maturato almeno 6 CFU in SSD L-LIN/10 o L-LIN/11 o L-LIN/12 (o in alternativa essere in possesso di uno dei certificati internazionali di conoscenza della lingua inglese, come ad es. TOEFL, TOEIC, GRE, IELTS, Cambridge First Certificate, Cambridge Certificate of Advanced English, Cambridge Certificate of Proficiency, Cambridge Certificate in English for International Business and Trade-CEIBT).

3. aver maturato almeno complessivi 4 cfu anche in forma laboratoriale nei SSD INF/01 o ING-INF/01 o ING-INF/05 o ING-INF/03 (o in alternativa essere in possesso di Patente informatica europea o certificazioni affini).

Indipendentemente dai requisiti curriculari, per tutti gli studenti è prevista una verifica della personale preparazione, con modalità definite nel regolamento didattico.

Non sono previsti debiti formativi, ovvero obblighi formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.

Link : <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/requisiti.htm?vr=1> (Requisiti per l'accesso al Corso)

09/05/2018

Il Corso prevede, per il primo anno, l'iscrizione di 100 studenti.

L'ammissione è subordinata:

a) al possesso dei requisiti richiesti per l'accesso (che si possono verificare anche attraverso una procedura on line attiva nella pagina web del Corso);

b) alla verifica della preparazione personale. Tale verifica si intende automaticamente superata (ed è dunque possibile l'immatricolazione immediata) qualora il voto di laurea triennale sia uguale o superiore a 95/110. In caso di voto inferiore, seguire le istruzioni contenute nella procedura on line.

La domanda di immatricolazione può essere presentata on line dall'1 giugno 2018 e fino al raggiungimento del numero dei posti programmato e, comunque, non oltre il 29/03/2019.

Gli studenti che, comunque in possesso dei requisiti di cui ai punti a) e b), provengono da altri Corsi di laurea magistrale o già in possesso di un titolo magistrale (o equivalente) possono far valutare, prima di iscriversi, il loro piano di studi dal tutor del Corso.

Link : http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/modalita_accesso.htm?vr=1 (Modalità di ammissione)

QUADRO A4.a



Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

19/05/2017

Il corso di laurea in Comunicazione pubblica e d'impresa si rivolge in modo particolare a chi intenda lavorare nel mondo della pubblicità, del marketing e della comunicazione istituzionale. A tal fine, il corso fornisce un approfondimento critico delle teorie e tecniche di comunicazione aziendale, della conoscenza dell'universo dei nuovi media, e competenze comunicative e manageriali in relazione al marketing.

Le professioni della comunicazione caratterizzano oggi molti settori produttivi: oltre alle aziende di produzione, commerciali e pubbliche, il terziario avanzato nelle sue molteplici declinazioni di tecnologie applicate, servizi alle imprese, servizi consumer-oriented e terzo settore.

L'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa con questo impianto di corso di laurea magistrale, con una struttura biennale estremamente moderna e coerente, si propone di dare un contributo di alto profilo alla formazione di esperti e protagonisti dell'industria della conoscenza e della comunicazione in ambito locale, nazionale ed internazionale, in grado di mettere in campo significative energie e competenze per rispondere alle sfide della globalizzazione.

Obiettivi prioritari del corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa sono fornire agli studenti magistrali una formazione avanzata:

- nella teoria e nelle tecniche di comunicazione delle aziende e delle istituzioni pubbliche e sociali;
- nella conoscenza e nell'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- nella conoscenza delle teorie e tecniche delle analisi di mercato e della promozione dei brand;
- nella conoscenza di elementi di diritto amministrativo e di diritto commerciale;
- in economia e nell'organizzazione aziendale.

Il percorso formativo proposto è unico, poiché consente agli studenti di rafforzare le loro competenze rispetto a materie nevralgiche e indispensabili per la comunicazione, sia pubblica sia di impresa. La Facoltà inoltre offre, nei crediti a scelta, la possibilità ad ogni studente di sviluppare una formazione su misura accrescendo, attraverso l'opzione tra una vasta gamma di laboratori tenuti da esperti del settore, la capacità di elaborare e disporre dei nuovi formati comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione. Si consente così, nell'unicità del ciclo formativo di poter approfondire aspetti specifici, grazie alla scelta di settori di interesse individuale, con variazioni ai piani di studio.

Altri crediti sono poi destinati a stage e tirocini in aziende ed istituzioni presenti sul territorio nazionale. Tali crediti sono monitorati da tutor della Facoltà che accompagnano gli allievi nel loro percorso formativo all'esterno dell'Università.

Link : <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm> (Obiettivi)

QUADRO A4.b.1

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione:

Conoscenza e capacità di comprensione

I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa acquisiranno, in modo articolato e sistematico, saperi e strumenti intellettuali e professionali avanzati che consentiranno loro di interpretare le problematiche di comunicazione relative ad organizzazioni complesse sia in ambito privato, sia pubblico.

Lo studente è chiamato a confrontarsi anche con le categorie proprie del diritto, sia quelle inerenti la gestione dei flussi comunicativi sia quelle concernenti la gestione e l'organizzazione di strutture complesse, sia pubbliche sia private.

Lo studente maturerà conoscenza e capacità di comprensione nelle aree della comunicazione pubblica e d'impresa che coinvolgono l'analisi e gestione del bilancio e le tecniche di analisi di mercato.

Matureranno, con la frequenza e il conseguente superamento di esami relativi ad insegnamenti specifici, adeguate competenze per gestire la complessità delle dinamiche relative alla comunicazione.

Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm?vr=1>

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa saranno in grado di applicare le conoscenze teoriche e abilità metodologiche apprese alla gestione dei flussi di comunicazione nelle organizzazioni private, nelle strutture della pubblica amministrazione, nelle imprese del terzo settore.

In modo particolare alcuni insegnamenti di carattere prevalentemente professionalizzante nei settori di economia aziendale e di economia e gestione delle imprese, nonché tutta la ricca offerta laboratoriale, dovranno consentire allo studente di verificare la propria capacità di applicare le conoscenze maturate alle specifiche attività di comunicazione e gestione.

La didattica è progettata in maniera dinamica e innovativa e, pertanto, prevede - oltre alle tradizionali lezioni frontali - anche attività laboratoriali e seminariali che consentano allo studente il confronto con gli esperti e i protagonisti del mercato del lavoro.

Descrizione link: Obiettivi

Link inserito: <http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm?vr=1>

QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Comunicazione

Conoscenza e comprensione

I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa acquisiranno, in modo articolato e sistematico, saperi e strumenti intellettuali e professionali avanzati che consentiranno loro di interpretare le problematiche di comunicazione relative a organizzazioni complesse.

Matureranno adeguate competenze per gestire la complessità delle dinamiche relative alla comunicazione, sia in ambito privato che pubblico, che potranno determinarsi attraverso l'attuazione di piani di comunicazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa dovranno possedere conoscenze teoriche, abilità metodologiche e competenze tecnologiche idonee a essere applicate alla gestione dei flussi di comunicazione all'interno delle organizzazioni private, delle strutture della pubblica amministrazione, delle imprese del terzo settore.

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

Diritto

Conoscenza e comprensione

Lo studente è chiamato a confrontarsi con le categorie proprie del diritto, sia quelle inerenti la gestione dei flussi comunicativi sia quelle concernenti la gestione e l'organizzazione di strutture complesse, sia pubbliche sia private.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo sviluppo di competenze proprie del diritto consentirà al laureato di poter competere anche in quei settori lavorativi relativi alla gestione delle risorse umane e/o comunicative. La didattica relativa a tale area di apprendimento è progettata in maniera dinamica e innovativa e, pertanto, prevede - oltre alle tradizionali lezioni frontali - anche attività laboratoriali e seminariali, nonché esperienze su casi pratici, che consentano allo studente il confronto con gli esperti e i protagonisti del mercato del lavoro.

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

Economia

Conoscenza e comprensione

Lo studente attraverso discipline dal taglio prettamente economico-organizzativo avrà conoscenze in tutti quei campi che definiscono, caratterizzano e delimitano l'azione delle organizzazioni complesse, sia pubbliche sia private.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

In modo particolare l'offerta di insegnamenti dal carattere prevalentemente professionalizzante, nonché tutta la ricca offerta laboratoriale, dovranno consentire allo studente di verificare la propria capacità di applicare le conoscenze maturate alle specifiche attività di comunicazione e marketing, anche in ambito digitale. Anche la corretta analisi e interpretazione dei dati è acquisita attraverso adeguate attività laboratoriali.

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

QUADRO A4.c
RAD

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa dovranno essere in grado di svolgere compiti autonomi a livello dirigenziale e di responsabilità organizzative ai diversi livelli di governance delle aziende e delle amministrazioni. Gli insegnamenti previsti dell'area giuridica, economico-aziendale, e sociologica forniscono sicuramente le competenze e le sensibilità per svolgere funzioni manageriali con una specifica conoscenza delle problematiche aziendali, ma anche con una forte attenzione alle dinamiche delle relazioni industriali.

	<p>Descrizione link: Obiettivi</p> <p>Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm?vr=1</p>
Abilità comunicative	<p>I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa dovranno acquisire: una compiuta conoscenza delle tecniche di comunicazione personale, aziendale, interna ed esterna, per assicurare la diffusione delle conoscenze e il migliore funzionamento delle organizzazioni ; le abilità fondamentali per comunicare e negoziare efficacemente in organizzazioni complesse e per gestirne sia la crescita strategica, sia le eventuali crisi. Un buon livello di conoscenza della lingua inglese scritta e parlata sarà, infine, la condizione essenziale per il successo dei futuri professionisti della comunicazione in un contesto globale.</p> <p>Hanno un ruolo importante nella acquisizione e nella verifica del conseguimento delle abilità comunicative le attività di projectwork previste in alcuni degli insegnamenti sotto la guida di esperti del mondo della comunicazione, e la stesura della tesi finale.</p> <p>Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi</p> <p>Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm?vr=1</p>
Capacità di apprendimento	<p>I laureati magistrali in Comunicazione pubblica e d'impresa avranno acquisito: capacità di pianificare tempi, costi, risorse e metodi di realizzazione di una ricerca, di uno studio, di un progetto; capacità di valutazione delle proprie competenze, anche in relazione alla scelta dei percorsi formativi futuri e degli ambiti lavorativi più idonei; una significativa sensibilità all'esigenza, ineludibile, di tenere sotto controllo costante gli sviluppi della comunicazione sia nei settori d'impresa, sia nei settori pubblici.</p> <p>Queste capacità si svilupperanno attraverso le esercitazioni pratiche previste nei singoli insegnamenti e nei laboratori, la preparazione della prova finale, l'immediato coinvolgimento nel mondo del lavoro e delle professioni mediante gli stage obbligatori per tutti gli studenti.</p> <p>Il processo di valutazione si basa sull'elaborazione di report individuali e di presentazioni di gruppo, su prove intermedie, su esami di profitto, sulle valutazioni formulate dal tutor della struttura ospitante per lo stage, e sulla discussione della prova finale.</p> <p>Descrizione link: Risultati di apprendimento attesi</p> <p>Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/obiettivi.htm?vr=1</p>

nell'analisi di un caso o in una ricerca empirica, evidenziando capacità di ricerca e di elaborazione critica.

QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

28/05/2018

Per conseguire la laurea magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa lo studente deve aver acquisito 120 crediti formativi compresi quelli relativi alla prova finale. Alla prova finale sono assegnati 16 CFU.

Lo studente deve realizzare, sotto la guida di un docente del Corso di Laurea, un elaborato scritto su un argomento concordato con il docente-relatore che sarà esposto in seduta di laurea.

L'argomento dell'elaborato di laurea è concordato tra lo studente e il relatore scelto, il quale sovrintende alla stesura dal punto di vista metodologico e scientifico. Lo studente, ove richiesto, dovrà porre a disposizione del relatore l'elaborato già presentato nella laurea triennale.

L'elaborato potrà essere:

- una rielaborazione e puntualizzazione individuale delle riflessioni teoriche sull'argomento, fondata sull'approfondimento della letteratura esistente sull'argomento, sull'originalità delle argomentazioni affrontate, sulla solidità dell'impianto teorico e sul rigore della metodologia adottata (tesi di ricerca);
- una riflessione empirica, anch'essa saldamente ancorata alle teorie di riferimento, che nasca dalle attività svolte dal candidato in situazioni di laboratorio o sul campo (tesi sperimentale).

La redazione e la discussione dell'elaborato presuppongono la definizione di un relatore e di un correlatore: il relatore deve essere un docente titolare di un insegnamento presso la Facoltà, la cui materia d'insegnamento sia stata inserita nel piano di studi universitario del laureando.

Il Preside, al momento della presentazione della domanda dell'esame di laurea, provvederà all'individuazione di un "correlatore" (docente di disciplina affine o comunque esperto nelle tematiche inerenti l'argomento della tesi; in casi particolari il correlatore può essere persona esterna all'ambiente accademico, di comprovate capacità scientifiche o professionali). Sarà cura dello studente inviare la tesi al correlatore.

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_biennio.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 LM-59

Link: <https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/spc/lm59/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/07	Anno di corso 1	ANALISI DI BILANCIO E CONTROLLO DI GESTIONE link	RICCIARDI ANTONIO		9	54	

2.	SPS/08	Anno di corso 1	BRANDING, CORPORATE IDENTITY E LOBBYING link	DELOGU ANDREA		6	36
3.	IUS/10	Anno di corso 1	DIRITTO DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE link	ACOCELLA CARLA	PA	6	36
4.	L-LIN/12	Anno di corso 1	ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION link	TONDO STEFANIA	PA	9	54
5.	ICAR/13	Anno di corso 1	INTERACTION DESIGN link	MONTANARI ROBERTO	OD	6	36
6.	SPS/12	Anno di corso 1	LA SOCIETA' DELL'ECONOMIA link	MAROTTA SERGIO	PA	6	36
7.	ING-INF/05	Anno di corso 1	LABORATORIO ELABORAZIONE DATI link	PRESTA ROBERTA	ID	3	18
8.	IUS/10	Anno di corso 1	OPEN GOVERNMENT E VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE link	MORLINO ELISABETTA	RD	3	18
9.	SPS/12	Anno di corso 1	RAPPRESENTANZA, LOBBYING E GRUPPI DI PRESSIONE link	SILEONI SERENA		3	36
10.	SECS-P/08	Anno di corso 1	STRATEGIA E COMUNICAZIONE D'IMPRESA link	STORLAZZI ALESSANDRA	PA	9	54
11.	SPS/08	Anno di corso 1	TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA link	BORRELLI DAVIDE	PA	6	36

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

QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Biblioteca Capocelli

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

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

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. 29/05/2019

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](#)

Descrizione Pdf: Orientamento in ingresso

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

29/05/2019

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.

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. Altre iniziative organizzate a supporto degli studenti sono costantemente pubblicate e aggiornate sul sito web di Ateneo.

Descrizione link: Orientamento e tutorato in itinere

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 ^{12/06/2019} 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	Université de Liège		01/10/2016	solo italiano
2	Croazia	Catholic University of Croatia		10/02/2016	solo italiano
3	Francia	Université Paris (1)		22/01/2016	solo italiano
4	Francia	Université Paris (5)		25/03/2014	solo italiano
5	Francia	Université de Bourgogne, Dijon		02/07/2015	solo italiano
6	Francia	Université Jules Verne Picardie		01/10/2014	solo italiano
7	Francia	Université Paris XIII		01/10/2016	solo italiano
8	Francia	Université Sorbonne Nouvelle (Paris 3)		01/10/2016	solo italiano
9	Francia	Université de Lille 3		01/10/2016	solo italiano
10	Germania	Technische Universität (TUD)		01/10/2014	solo italiano
11	Norvegia	University of Agder (UiA)		01/10/2014	solo italiano
12	Polonia	Cardinal Stefan Wyszyński, Varsavia		12/01/2016	solo italiano
13	Polonia	Uniwersytet Gdański - University of Gdańsk		01/03/2017	solo italiano
14	Polonia	Uniwersytet Papieski Jana Pawła II Krakowie		20/04/2015	solo italiano
15	Portogallo	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA		01/10/2014	solo italiano
16	Portogallo	Universidade Nova de Lisboa		20/07/2017	solo italiano
17	Repubblica Ceca	Masaryk University		01/06/2016	solo italiano
18	Spagna	Universidad De Lleida	28595-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/10/2014	solo italiano
19	Spagna	Universidad de Alcalá		01/10/2014	solo italiano
20	Spagna	Universidad de Cadiz		29/01/2018	solo italiano

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

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.

29/05/2019

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).

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:

- 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.

A 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](#)

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. 29/05/2019

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

Link inserito: http://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/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/spc/lm59/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.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/spc/lm59/cifre5.htm?vr=1>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: OPINIONI LAUREATI

Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU	CFU	CFU
		Ins	Off	Rad
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese <i>STRATEGIA E COMUNICAZIONE D'IMPRESA (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i> <i>TEORIA E TECNICHE DELLE ANALISI DI MERCATO (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			
	SECS-P/07 Economia aziendale <i>ANALISI DI BILANCIO E CONTROLLO DI GESTIONE (1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>	39	39	30 - 45
	IUS/10 Diritto amministrativo <i>DIRITTO DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	IUS/04 Diritto commerciale <i>DIRITTO DELLE IMPRESE (2 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
	SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale <i>LA SOCIETA' DELL'ECONOMIA (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi <i>BRANDING, CORPORATE IDENTITY E LOBBYING (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i> <i>TEORIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>	24	24	18 - 36
	ICAR/13 Disegno industriale <i>INTERACTION DESIGN (1 anno) - 6 CFU - annuale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: 48 (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			63	48 - 81
Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	ING-INF/03 Telecomunicazioni <i>SOCIAL MEDIA ANALYSIS (2 anno) - 9 CFU - annuale - obbl</i>			12 - 18
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	18	18	min

ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION
(1 anno) - 9 CFU - annuale - obbl

12

Totale attività Affini

18 12 -
18

Altre attività

CFU CFU Rad

A scelta dello studente

9 9 - 9

Per la prova finale

16 16 - 16

Ulteriori conoscenze linguistiche

- -

Ulteriori attività formative Abilità informatiche e telematiche

- -

(art. 10, comma 5, lettera d) Tirocini formativi e di orientamento

11 10 - 20

Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro 3

-

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

39 35 - 45

CFU totali per il conseguimento del titolo 120

CFU totali inseriti 120 95 - 144