



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
SUOR ORSOLA
BENINCASA

Facoltà di Scienze della Formazione

REGOLAMENTO DIDATTICO - SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Classe L-20

Consiglio di Corso di Studio
22/05/2017

SOMMARIO

| | | | |
|---|---|---|----|
| ART. 1 – Caratteristiche generali e organi di gestione del corso di studio..... | 2 | ART. 9 – Piano di studi e iscrizione agli anni di corso | 10 |
| ART. 2 - Obiettivi formativi e risultati di apprendimento..... | 3 | ART. 10– Mobilità internazionale..... | 10 |
| ART. 3 – Profili professionali | 7 | ART. 11 – Conseguimento del titolo | 11 |
| ART. 4 – Requisiti per l’accesso al CdS | 7 | ART. 12 – Iniziative a supporto dello studente..... | 11 |
| ART. 5 - Programmazione degli accessi al CdS | 7 | ART. 13 – Iniziative per l’assicurazione della qualità | 12 |
| ART. 6 – Modalità di accesso al CdS..... | 8 | ART. 14 – Norme finali e transitorie | 13 |
| ART. 7 – Trasferimenti in ingresso, passaggi di corso, studenti in possesso di altro titolo | 8 | Link Utili..... | 13 |
| ART. 8 – Organizzazione del percorso formativo | 8 | Appendice: Percorso formativo 2017/2018 | 13 |

ART. 1 – Caratteristiche generali e organi di gestione del corso di studio

1. Il Corso di Laurea in *Scienze della comunicazione*, afferente alla Classe L-20– Scienze della comunicazione, di cui al D.M. 16 marzo 2007, è istituito presso la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (di seguito UNISOB).
2. La sede del Corso di Studi (di seguito CdS) è Napoli, Corso Vittorio Emanuele 292.
3. L'indirizzo internet del CdS è <https://www.unisob.na.it/universita/facolta/formazione/comunicazione/index.htm?vr=1>
4. Il presente Regolamento viene redatto in conformità all'Ordinamento 2015 e si applica a partire dalla coorte degli studenti iscritti nell'anno accademico 2017/2018. Sulla durata si rinvia all'ART. 14 – Norme finali e transitorie.
5. Organi di gestione del CdS sono: il Presidente del CdS, il gruppo di gestione di Assicurazione della Qualità (di seguito Gruppo AQ), il Comitato di Indirizzo (di seguito CI), il Consiglio di CdS.
6. Il **Presidente** del CdS è eletto dal Consiglio di Facoltà (qui di seguito CdF), su proposta del Preside, tra i docenti di ruolo della Facoltà. Dura in carica tre anni con possibilità di rinnovo. Al Presidente è assegnato il compito di rappresentanza verso l'esterno, di responsabilità delle attività inerenti al programma di corso che si svolgono presso l'UNISOB, di coordinamento delle azioni di AQ, di coordinamento con il Preside della Facoltà per tutte le attività che riguardano:
 - a. l'elaborazione del programma annuale delle attività didattiche (Manifesto degli Studi) e le assegnazioni dei compiti didattici ai docenti;
 - b. l'individuazione degli standard di qualità del programma didattico e degli obiettivi che saranno oggetto di verifica periodica;
 - c. la definizione delle richieste di budget;
 - d. la predisposizione degli eventuali aggiornamenti annuali dell'Ordinamento del Cds e della proposta di Regolamento Didattico del CdS e successive modifiche;
 - e. modalità di ammissione.
7. Il **Gruppo AQ** è costituito da un numero massimo di sei membri: due o tre docenti/ricercatori del corso, fino a due rappresentanti degli studenti e un rappresentante del personale tecnico-amministrativo. I componenti del Gruppo AQ vengono nominati, su proposta del Preside, dal CdF. Il Gruppo AQ, la cui durata equivale alla durata legale del CdS, si riunisce almeno due volte l'anno e in particolare ha il compito di:
 - a. analizzare l'andamento della didattica e prendere in esame eventuali criticità emerse da segnalare al Consiglio del CdS e al Consiglio di Facoltà al fine di predisporre adeguate soluzioni;
 - b. verificare che i risultati di apprendimento attesi e le loro applicazioni risultino conformi a quelli del CdS;
 - c. monitorare le attività intraprese e verificare *in itinere* che la corrispondenza inizialmente progettata tra profilo culturale e professionale e obiettivi formativi sia tradotta in pratica;
 - d. segnalare al Presidente del CdS eventuali criticità e redigere proposte di intervento sull'Ordinamento o sul Regolamento Didattico, o sulle modalità di organizzazione del CdS;
 - e. coadiuvare il Presidente del CdS nella redazione della scheda annuale di monitoraggio, del riesame ciclico, e della SUA-CDS.
8. Il **comitato di indirizzo** (CI), è costituito dal gruppo AQ e da almeno due rappresentanti delle parti sociali partner del CdS, nominati dal Consiglio del CdS su proposta del Presidente. Il CI, convocato con cadenza semestrale, in particolare ha il compito di:
 - a. effettuare consultazioni annuali con le parti sociali;
 - b. verificare *in itinere* che la corrispondenza inizialmente progettata tra profilo culturale e professionale e obiettivi formativi sia tradotta in pratica;
 - c. assicurare il continuo collegamento tra il CdS e le aziende partner per l'attivazione degli stage per gli studenti;
 - d. proporre nuove aziende partner.

9. Il **consiglio di CdS** è costituito dai docenti di riferimento del CdS, dal rappresentante degli studenti e da un rappresentante del personale tecnico-amministrativo. Il consiglio di CdS ha il compito di:
- Garantire l'ordinaria gestione del CdS;
 - proporre modifiche al regolamento del CdS;
 - pronunciarsi in materia di riconoscimento di studi svolti all'estero;
 - autorizzare lo svolgimento di attività formative all'estero e le relative conferme di riconoscimento nell'ambito di programmi di mobilità internazionale (Learning Agreement);
 - partecipare alla definizione del programma didattico
 - proporre innovazioni didattiche, attività seminariali, testimonianze aziendali;
 - monitorare il collegamento tra i vari insegnamenti e la loro rispondenza ai risultati di apprendimento;
 - partecipare all'ideazione e definizione del programma di promozione di concerto con il Servizio di Orientamento e Tutorato di Ateneo;
 - monitorare la coerenza del project work con gli obiettivi formativi del CdS.
10. La Facoltà svolge attività di ricerca in ambiti disciplinari congruenti con il CdS. Le attività di ricerca sono dettagliate sul sito internet alle seguenti pagine:
http://www.unisob.na.it/ateneo/a003_c.htm?vr=1
http://www.unisob.na.it/ateneo/a003_a.htm?vr=1#lgr

ART. 2 - Obiettivi formativi e risultati di apprendimento

1. **Obiettivo formativo specifico** del CdS in *Scienze della comunicazione* è il seguente e pubblicato sul [sito](#) di Ateneo: 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.

2. I **risultati di apprendimento attesi** del titolo di studio, espressi tramite i descrittori europei, sono i seguenti e pubblicati sul [sito](#) di Ateneo:

a. **CONOSCENZA E COMPRESIONE:**

Area Sociologica

Lo studente avrà la possibilità di acquisire conoscenze sociologiche avanzate nei principali settori della comunicazione e una buona padronanza delle metodologie e delle tecniche necessarie per accedere alle molteplici professioni del mondo della comunicazione. In particolare, lo studente si confronterà con le principali implicazioni socio-culturali che nascono dalla mediazione simbolica, in relazione alla radio, al cinema, alla televisione, alla stampa e ai nuovi media.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono, accanto al tradizionale e qualificato approccio frontale, un sistema formativo laboratoriale che consenta allo studente l'incontro e il confronto con testimonianze ed esperienze che provengono dai diversi settori di studio, ricerca e lavoro connessi alla Sociologia della comunicazione e dell'organizzazione.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

Area Marketing

Lo studente si confronterà con diverse tipologie di strumenti didattici adeguati e aggiornati in linea con le esigenze di un mercato del lavoro in fase di profonda trasformazione. In particolare, accanto al tradizionale e qualificato approccio didattico, è offerto un sistema formativo laboratoriale che consenta allo studente l'incontro e il confronto con testimonianze ed esperienze che provengono dai più alti livelli del mondo della comunicazione, dei mercati e dell'elaborazione di strategie comunicative. In particolare, i temi di maggiore stimolo e interesse sono legati connessi all'organizzazione aziendale, al marketing, alla comprensione delle dinamiche internazionali dal punto di vista economico, giuridico e comunicativo e politico.

Forte è l'attenzione alle trasformazioni in atto a livello globale, al fine di preparare professionisti pronti ad affrontare le sfide del mercato lavorativo nazionale e internazionale.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono, accanto al tradizionale e qualificato approccio frontale, un sistema formativo laboratoriale che consenta allo studente l'incontro e il confronto con testimonianze ed esperienze che provengono dai diversi settori di studio, ricerca e lavoro connessi alla organizzazione aziendale e al marketing.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

Area Antropologica

Lo studente è chiamato a confrontarsi con le principali categorie dell'antropologia generale, culturale e dei media al fine di stimolare un approccio interdisciplinare al settore della comunicazione. Particolare importanza è rivolta a due aspetti importanti della cultura mediale ossia i processi di produzione e consumo di prodotti culturali, con riferimento alla dicotomia encoding/decoding.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono, accanto al tradizionale e qualificato approccio frontale, un sistema formativo laboratoriale che consenta allo studente l'incontro e il confronto con testimonianze ed esperienze che provengono dai diversi settori di studio, ricerca e lavoro connessi alla antropologia e alla cultura e pratica dei media.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

b. CAPACITÀ DI APPLICARE CONOSCENZA E COMPrensIONE:

Area Sociologica

Lo studente ha la possibilità di applicare già all'interno del percorso formativo le conoscenze apprese, finalizzandole alle esigenze dell'odierno mercato del lavoro. Tale percorso formativo vede coinvolti - accanto a docenti di prestigio e competenza - professionisti affermati, con sperimentata preparazione didattica. E' stato costruito un percorso didattico che lascia largo spazio al "learning by doing" e stage qualificanti presso aziende o enti operanti nel settore a livello locale e nazionale. In particolare, il corso di laurea - rispetto all'Area Sociologica - è focalizzato sull'analisi e la comprensione dei fenomeni sociali connessi al vasto settore della comunicazione. Si prevede che lo studente debba apprendere metodologie di studio che possano poi essere sviluppate in diversi ambiti formativi, quali l'analisi delle campagne di comunicazione, la realizzazione di sondaggi e questionari e il più generico impiego di strumenti di indagine quantitativa, la realizzazione di banche dati e l'utilizzo della metodologia di ricerca sociale di tipo qualitativo.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono: lezioni frontali, esercitazioni, ricerca, attività di laboratorio, lezioni/testimonianze da parte di interlocutori qualificati e protagonisti del settore della sociologia della comunicazione e dell'organizzazione.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

Area Marketing

Obiettivo ultimo è consentire al laureato di acquisire competenze di base e abilità specifiche che agevolino l'accesso ai diversi apparati delle industrie culturali (editoria, radio, televisione, nuovi media), ai settori della comunicazione di impresa, della pubblicità e dei consumi, alle attività di comunicazione e relazioni pubbliche sia in aziende private, sia nella pubblica amministrazione e nel privato sociale. Particolare attenzione è rivolta allo sviluppo di competenze economiche e organizzative.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono: lezioni frontali, esercitazioni, ricerca, attività di laboratorio, lezioni/testimonianze da parte di interlocutori qualificati quali manager e protagonisti del mondo del Marketing.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

Area Antropologica

Il supporto dell'Antropologia serve a potenziare le competenze e l'approccio multidisciplinare necessario all'ingresso nei numerosi settori e campi della comunicazione di impresa e della comunicazione politica e sociale, delle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, dell'industria culturale, dell'editoria, delle ricerche di mercato, delle imprese, della new economy, qualunque sia il tipo di lavoro da svolgere: addetti stampa, comunicatori pubblici, esperti di gestione di aziende, di imprese editoriali, di istruzione a distanza, di metodologie specifiche, di campagne di comunicazione.

Le modalità con le quali i risultati attesi vengono conseguiti sono: lezioni frontali, esercitazioni, ricerca, attività di laboratorio, lezioni/testimonianze da parte di interlocutori qualificati.

La verifica avviene attraverso esami di profitto per gli insegnamenti frontali e prove pratico-progettuali per le attività laboratoriali valutate attraverso un giudizio che va da sufficiente ad eccellente.

c. AUTONOMIA DI GIUDIZIO

I laureati saranno in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali e una specifica competenza nell'area della comunicazione, delle tecnologie digitali e dei sistemi di informazione. Quindi saranno offerti loro strumenti didattici che consentano di acquisire conoscenze e competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le

principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati; avere consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico ed economico-organizzativo; acquisire abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività strategiche organizzative da applicare ai diversi ambiti (comunicazione istituzionale e d'impresa, comunicazione di massa, comunicazione etno-antropologica), approfondire le conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali che di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità.

In merito 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.

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.

d. ABILITÀ COMUNICATIVE

Lo studente avrà la possibilità di comunicare adeguatamente i risultati del suo operato attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze che deriveranno da laboratori e tirocini ideati e realizzati appositamente. In particolare l'attenzione è posta alla elaborazione di strumenti comunicativi che sappiano integrare contenuto e forma in maniera adeguata a diversi e potenziali destinatari, in ambito

specialistico e non specialistico. In particolare in riferimento al percorso comunicazione istituzionale e d'impresa l'attenzione è posta sulla elaborazione di piani di comunicazione e alla loro attuazione in fase esecutiva e sulla simbolica istituzionale quale chiave di comunicazione; nel percorso di comunicazione di massa si pone l'accento sullo sviluppo di soluzioni legate all'uso strategico dei mezzi di comunicazione di massa e alla convergenza di media tradizionali e nuovi media, al fine di favorire il consumo culturale; infine nel percorso etno-antropologico l'attenzione è posta allo sviluppo di strategie comunicative che possano favorire l'integrazione sociale e culturale con forme partecipative e di coinvolgimento democratico.

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

e. CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO

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

A tal fine, sia la didattica frontale che le esercitazioni laboratoriali sono strutturate con particolare attenzione alle capacità di apprendimento delle professionalità legate alle aree della comunicazione istituzionale e della gestione strategica, aree presenti ormai ovunque perché in ogni forma di attività organizzata sono riconosciute decisive per gestire e dirigere una cultura ed una competenza in grado di cogliere le aspettative di clienti, consumatori e partner e di costruire con costoro una comunicazione con loro in grado di realizzare (e

mantenere) una immagine positiva ed una relazione solida e durevole. Infine, i laureati sono messi nella condizione di poter affrontare diversi corsi di laurea magistrale di diverso taglio scientifico e disciplinare, in quanto gli sono offerte quelle conoscenze in ambiti disciplinari molteplici fortemente richiesti dal mercato del lavoro.

ART. 3 – Profili professionali

1. 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. È 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.
2. 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.
3. 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.
 - Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT):
 - Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
 - Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
 - Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
 - Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
 - Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

ART. 4 – Requisiti per l'accesso al CdS

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.

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.

ART. 5 - Programmazione degli accessi al CdS

Il Corso è a numero programmato e prevede 250 immatricolazioni per l'a.a. 2017/2018.

L'ammissione è regolamentata da un apposito [bando](#), pubblicato su www.unisob.na.it. La graduatoria verrà formulata esclusivamente sulla base dei risultati a un test di selezione, composto da quesiti a scelta multipla. Le domande mirano alla verifica delle conoscenze

richieste per l'accesso al Corso di laurea e vertono sulle seguenti aree disciplinari: lingua italiana/ragionamento logico-verbale, lingua inglese, ragionamento logico-matematico e mass-media e comunicazione.

ART. 6 – Modalità di accesso al CdS

L'accesso al corso è consentito soltanto ai candidati che si saranno classificati in posizione utile 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 dai [tutor](#) del corso di laurea negli orari indicati. Si avvisa che tali studenti devono comunque sostenere il test di ingresso. Per informazioni di carattere amministrativo è possibile consultare il [sito](#). Per ulteriori informazioni è possibile leggere le [FAQ](#) (si rimanda all'ART. 7 – Trasferimenti in ingresso, passaggi di corso, studenti in possesso di altro titolo)

ART. 7 – Trasferimenti in ingresso, passaggi di corso, studenti in possesso di altro titolo

1. Sono ammessi trasferimenti in ingresso, passaggi di corso e immatricolazioni di studenti già in possesso di un titolo di laurea, previa verifica del possesso dei requisiti di ammissione al corso di studi in sintonia con quanto previsto dall'articolo 4 del presente Regolamento.
2. Il riconoscimento dei CFU conseguiti nell'ambito di un CdS potrà essere effettuato a seguito della valutazione del curriculum formativo del candidato da parte del [tutor](#) competente del CdS con riferimento ai criteri individuati per l'accesso al corso. Per informazioni di carattere amministrativo si rinvia alla pagina del [sito](#).
3. I crediti riconosciuti sono attribuiti tenendo conto della compatibilità con i settori scientifico-disciplinari previsti dal CdS e del contributo delle attività per il raggiungimento degli obiettivi formativi.
4. In caso di trasferimento e passaggi le votazioni degli esami verranno attribuite alle attività formative riconosciute. Se più attività formative hanno concorso al riconoscimento di una sola attività sarà calcolata la media aritmetica tra le attività sostenute. Se i CFU di cui lo studente chiede il riconoscimento sono stati conseguiti presso un Ateneo straniero, purché il titolo sia stato regolarmente conseguito, le votazioni verranno attribuite secondo le modalità indicate nelle [norme amministrative](#).
5. Gli studenti provenienti da un Corso di studi della medesima classe e con almeno 12 CFU convalidabili, possono trasferirsi direttamente, senza sostenere alcuna prova di ammissione, iscrivendosi a un anno successivo al primo (laddove i posti siano disponibili); gli studenti provenienti da un Corso di studi della medesima classe ma con meno di 12 CFU convalidabili devono sostenere la prova di ammissione. Sarà nominata un'apposita Commissione di valutazione per esaminare la carriera del candidato. Pertanto il candidato, dopo essersi registrato alla piattaforma accessibile da www.unisob.na.it/iscrizioni dovrà compilare, senza effettuare alcuna prenotazione e non oltre dieci giorni prima della scadenza prefissata per la presentazione delle domande della relativa sessione, l'apposito modulo di certificazione degli esami sostenuti e attendere l'esito della valutazione che gli sarà comunicato via posta elettronica.

ART. 8 – Organizzazione del percorso formativo

1. Articolazione del percorso. Il percorso di studi è articolato in tre curricula: Comunicazione pubblica e d'impresa, Media e culture, Cinema e televisione. Molti insegnamenti sono comuni a tutti i curricula in quanto conoscenze di base in vista degli obiettivi da

raggiungere. Lo studente sceglie il curriculum al primo anno. Lo studente è tenuto a seguire il manifesto degli studi presente nell'Appendice: Percorso formativo 2017/2018.

2. Svolgimento delle attività formative

- a. Il calendario delle attività formative è articolato in due semestri.
- b. Il numero complessivo di attività formative per il conseguimento del titolo è pari a 19, a cui si aggiungono i crediti a scelta, gli stage, i corsi introduttivi, le attività laboratoriali e la prova finale. L'impegno richiesto allo studente per ogni attività formativa è misurato in crediti formativi (CFU). Un CFU corrisponde a circa 25 ore di impegno complessivo per lo studente, comprese quelle dedicate allo studio individuale. Per le attività che consistono in corsi di insegnamento, ogni credito comporta 6 ore di didattica frontale. Il lavoro formativo svolto dallo studente consiste nelle ore di lezione, di esercitazioni, di laboratori, di seminari o di altro genere, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato.
- c. Sono previste due tipi di attività formative: gli insegnamenti (afferenti a specifici settori scientifico-disciplinari) e altre attività formative, come ad esempio: stage, attività laboratoriali, prova finale.
- d. La frequenza delle lezioni non è obbligatoria, pur se vivamente consigliata. Qualora siano previste prove di esame scritte o orali, anche relative a parti del programma di esame, riservate ai frequentanti delle lezioni, la frequenza si considera compiutamente effettuata se lo studente ha partecipato almeno a due terzi delle lezioni o delle altre attività formative. I docenti indicheranno agli studenti non frequentanti le modalità per conseguire comunque la preparazione richiesta, attribuendo loro un corrispondente carico di studio integrativo.

3. Modalità di verifica

- a. La valutazione delle attività formative è espressa in trentesimi, con la possibilità di assegnazione della lode. Anche la valutazione relativa alla prova di conoscenza linguistica è espressa in trentesimi.
- b. La valutazione relativa alle attività di stage e laboratoriali è espressa con idoneo o non idoneo. Il docente può anche dettagliare il giudizio: 'eccellente', 'ottimo', 'distinto', 'buono', 'discreto', 'sufficiente'.
- c. La valutazione dell'apprendimento per tutte le attività può avvenire secondo una o più delle seguenti modalità:
 - prove scritte che possono comprendere domande aperte con risposta breve, domande a risposta multipla, o elaborati anche su temi precedentemente indicati;
 - colloqui orali (domande su contenuti specifici, discussione di *project work*, analisi critiche);
 - valutazione dei lavori svolti autonomamente durante il corso, presentazioni, consegne anche analitiche e metodologiche;
 - valutazione di lavori svolti in gruppo;
 - valutazione del contributo individuale in attività svolte durante le ore di lezione quali discussioni, attività seminariali, analisi critiche.
- d. Le modalità di svolgimento delle verifiche e i criteri di valutazione dei singoli corsi sono riportati nei programmi di ogni insegnamento sul sito di Ateneo nella sezione "modalità di valutazione".
- e. Anche nel caso di attività organizzate in moduli tenuti da più docenti la prova è sempre unica.
- f. Per ciascuna attività didattica che prevede voti in trentesimi sono previsti otto appelli durante il corso dell'anno secondo il calendario accademico pubblicato sul [sito](#).
- g. Il calendario di esami della sessione straordinaria/anticipata (gennaio, febbraio, marzo) viene pubblicato nel mese di novembre, il calendario di esami della sessione estiva/autunnale (maggio, giugno, luglio, settembre) nel mese di marzo, il calendario di esami della sessione invernale (dicembre), nel mese di ottobre.
- h. La prenotazione alle valutazioni di tutte le attività formative è obbligatoria e da effettuarsi online.

- i. La prenotazione agli esami è obbligatoria, pena l'annullamento degli stessi. Se lo studente non è presente nell'elenco dei prenotati, questi non può sostenere l'esame e deve recarsi presso gli uffici della didattica.
 - j. Non è necessario per gli esami che si svolgono solo in forma scritta riportare il voto sul libretto. Lo studente può recarsi presso gli sportelli di Segreteria Studenti nei seguenti periodi dell'anno: 27-31 luglio per esami che si sono svolti nella sessione estiva; 26-30 ottobre per gli esami che si sono svolti nella sessione autunnale; 28 marzo-1 aprile per gli esami che si sono svolti nella sessione invernale e straordinaria/anticipata.
4. Conoscenze linguistiche
All'inizio del primo anno sarà svolto un *placement test* per verificare le competenze linguistiche in accesso e poter consentire la formazione di gruppi classe di livello omogeneo. La verifica dell'acquisizione delle abilità linguistiche è curata di norma dalle strutture linguistiche di supporto con collaboratori madrelingua.
5. Stage, *project work* e periodi di studio all'estero.
Nel corso del secondo e del terzo anno gli studenti potranno sviluppare competenze negli ambiti e nelle aree professionali di riferimento del CdS attraverso la partecipazione alle attività laboratoriali, condotte sotto la guida di un docente del corso, e alle attività di stage, svolte presso le realtà organizzative pubbliche e private partner dell'Ateneo. Per il regolamento di tali attività, si rimanda a quanto riportato sul [sito web di Ateneo](#).

ART. 9 – Piano di studi e iscrizione agli anni di corso

1. Il Piano di studio deve essere compilato online secondo le indicazioni riportate nella [guida alla formulazione del piano di studi](#).
2. Non ci sono esami propedeutici (se non quelli in cui è indicato I e II) anche se si consiglia di superare prima gli esami del primo anno.
3. Accanto agli insegnamenti di base, caratterizzanti e affini per la classe di laurea, il D.M. 270/2004 (art. 10) prevede che il percorso di studi includa anche «attività formative autonomamente scelte, purché coerenti con il progetto formativo» definite nel piano di studi «**crediti a scelta**». Lo studente ha dunque la possibilità di individuare, nell'intera offerta didattica dell'Ateneo, uno o più esami da inserire tra i «Crediti a scelta». Per indirizzare lo studente verso attività che risultino realmente coerenti con il suo progetto formativo, il CdS può segnalare ogni anno una rosa di insegnamenti consigliati per acquisire i "Crediti a scelta". Per le modalità e i tempi di scelta si rimanda alla [guida alla formulazione del piano di studio](#).
4. Gli studenti che intendono svolgere o hanno svolto attività al di fuori dell'Ateneo in linea con gli obiettivi formativi del corso di laurea ma non presso enti convenzionati, possono comunque, al termine dell'attività, chiedere un riconoscimento parziale dei crediti presentando l'**Allegato D**. Secondo quanto previsto dalla [Nota 1063 del 29/04/2011](#) il «riconoscimento non può prevedere un numero di crediti superiore a 12, complessivamente tra corsi di primo livello e secondo livello (laurea e laurea magistrale)». Sui tempi e modalità di presentazione si veda la [guida alla formulazione del piano di studio](#).
5. Gli studenti ammessi al CdS si immatricolano entro il termine indicato dalle norme amministrative e rinnovano l'iscrizione agli anni successivi al primo entro il termine previsto per le iscrizioni. Gli studenti che non conseguano il titolo entro la sessione di laurea del mese di aprile dell'anno successivo a quello del rinnovo dell'iscrizione al terzo anno, dovranno rinnovare l'iscrizione come studenti fuori corso.
6. Per tutte le altre norme generali riguardanti la carriera dello studente si rimanda alla sezione del sito [norme amministrative](#).

ART. 10– Mobilità internazionale

L'Ateneo promuove azioni specifiche volte a migliorare il livello di internazionalizzazione del programma formativo, attraverso:

- a. la partecipazione al Programma di Mobilità Internazionale [Erasmus+](#) Mobilità per studio per un periodo che non può essere di norma inferiore ai tre mesi. Le modalità di adesione al Programma sono disciplinate nel bando annuale emanato dall'Ateneo;

- b. la partecipazione ad altri Programmi di [Mobilità Internazionale](#) derivanti da specifici Accordi stipulati dall'Ateneo che, sulla base di quanto previsto dai singoli bandi di selezione, siano accessibili agli studenti iscritti al CdS selezionati secondo procedure prestabilite.

ART. 11 – Conseguimento del titolo

1. 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.
2. 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.
3. Il titolo di laurea è conferito previo superamento di una 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.
4. Le modalità di svolgimento della prova finale sono definite nel [Regolamento](#) dell'elaborato di laurea.
5. La valutazione finale tiene conto della presentazione scritta e orale dell'elaborato finale, del curriculum individuale, e della media ponderata dei voti conseguiti durante il CdS. Il voto di laurea è espresso in centodecimi, con l'eventuale attribuzione della lode.
6. Agli studenti è data la possibilità di acquisire, attraverso attività programmate [annualmente](#), punti bonus da aggiungere alla media su centodieci per la seduta di laurea: lo studente non può accumulare più di 3 punti bonus. Di questi, 1 punto bonus è riservato esclusivamente a chi consegue la laurea entro il triennio previsto (non ha diritto al bonus lo studente che, immatricolatosi presso altro Ateneo o altro corso di laurea, supera la durata legale del corso sommando gli anni delle iscrizioni pregresse e quelle attuali). Di conseguenza, gli studenti che non si laureano nei tempi previsti possono conseguire un massimo di 2 punti bonus.

ART. 12 – Iniziative a supporto dello studente

1. **Tutorato studenti.** È un servizio offerto agli studenti con il fine di supportarli durante il percorso formativo attraverso la costante presenza di tutor capaci di guidarli nelle scelte. Il servizio di tutorato studenti, affidato a personale docente e non docente, fornisce tutti i supporti necessari all'orientamento in itinere: informazioni e consulenza sui piani di studi, supporto alle difficoltà di studio e al rapporto studente-docente e studente-strutture, ecc. I tutor ricevono gli studenti per l'intera durata dell'anno accademico. Per informazioni costantemente aggiornate sugli orari di ricevimento dei referenti per le attività di tutorato [clicca qui](#).
2. **Sportello studenti.** Tale servizio fornisce tutte le informazioni utili sull'organizzazione della didattica e aiuto pratico per il disbrigo delle pratiche amministrative.
3. **Tutorato non stop.** L'UNISOB accompagna gli studenti iscritti durante tutto il loro percorso formativo attraverso l'orientamento allo studio e il tutorato negli anni di frequenza, favorendone la proficua partecipazione alla realtà universitaria e rendendoli protagonisti del proprio processo di apprendimento. In modo particolare il progetto "Tutorato non stop" prevede di monitorare alcuni eventi di carriera che si ritengono fondamentali per l'assicurazione della qualità del Corso di studio e di attivare per ciascuno di loro alcune procedure
 - **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).

- **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.
 - **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.
 - **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.
 - **V azione.** Studenti prossimi alla decadenza: Questa azione è volta al recupero degli studenti che sono prossimi alla decadenza in quanto fermi con gli studi da otto anni.
4. **Tutorato Stage.** Tale servizio ha l'obiettivo di avvicinare gli studenti al mondo del lavoro, attraverso momenti formativi altamente qualificanti, allineati agli obiettivi del corso.
 5. **Tutorato dopo laurea.** Nell'ultimo anno di corso sono organizzate giornate di presentazione del mondo del lavoro e dell'alta formazione fornendo agli studenti strumenti necessari per affrontare le scelte successive.
 6. **Counselling.** Il Counselling è un intervento psicologico breve finalizzato ad affrontare le situazioni di crisi. Il servizio si propone di offrire sostegno agli studenti universitari che vivono un momento di difficoltà psicologica che comporti un disagio personale o relazionale nell'affrontare il percorso di studi.
 7. **SAAD, [Servizio di Ateneo](#)** per le Attività degli studenti con Disabilità. Offre un tutorato specificamente qualificato a promuovere le condizioni di pari opportunità necessarie a potenziare l'autonomia degli studenti con disabilità e a garantire una loro attiva partecipazione alla vita universitaria.
 8. Per altre iniziative a supporto degli studenti visitare il sito.

ART. 13 – Iniziative per l'assicurazione della qualità

1. L'assicurazione della qualità della formazione del CdS è garantita da una serie di azioni. Tali azioni sono condotte dal Gruppo AQ, dalla Commissione Paritetica docenti-studenti, dal Consiglio del CdS, dal CI, sono coordinate dal Presidente del CdS e supportate dal Presidio della Qualità.
2. Sulla composizione e sui ruoli del Gruppo AQ, del Consiglio di CdS e del CI si rimanda all'ART. 1 – [Caratteristiche generali e organi di gestione del corso di studio](#).
3. L'ordinaria gestione del CdS è garantita dal Consiglio di CdS (vedi art. 1 c. 9). Sono previsti incontri aggiuntivi ogniqualvolta si debbano impostare piani di intervento straordinari per risolvere eventuali criticità connesse a specifici insegnamenti. A questi incontri prenderà parte anche il Gruppo AQ al fine di garantire una tempestiva risoluzione delle criticità.
4. La Commissione Paritetica docenti-studenti per la didattica si riunisce al fine di:
 - a. sovrintendere alla funzionalità delle attività didattiche, esprimendo pareri sulla qualità delle stesse e dei servizi forniti agli studenti;
 - b. elaborare una relazione annuale sullo stato e la qualità dell'attività didattica nella quale formula osservazioni e proposte per il miglioramento della qualità delle attività formative;
 - c. valutare, inoltre, se il progetto del CdS mantiene la dovuta attenzione alle funzioni richieste dalle prospettive occupazionali, se i risultati di apprendimento attesi sono efficaci e se le modalità degli esami consentono di accertare i risultati ottenuti; se al processo di riesame seguono interventi correttivi, formulati considerando anche i dati relativi alle carriere degli studenti frequentanti;
 - d. operare attività di valutazione e monitoraggio del carico di lavoro richiesto agli studenti, al fine di garantire la corrispondenza tra i CFU attribuiti alle diverse attività formative ed il carico di lavoro effettivo.
5. Tutorato.

Sulle articolate e numerose attività di tutorato si rinvia all'ART. 12 – Iniziative a supporto dello studente.

ART. 14 – Norme finali e transitorie

1. Il presente Regolamento potrà essere modificato nel caso in cui si rendano necessarie modifiche alla struttura del percorso formativo e in relazione a cambiamenti normativi collegati alle fonti citate (Regolamento Didattico di Ateneo e normativa nazionale).
2. Il presente Regolamento fa riferimento all'ultimo ordinamento 2015/2016 e si applica agli studenti iscritti al CdS in *Scienze della Comunicazione* a partire dall'anno accademico 2017/18 e rimane valido per gli anni accademici 2018/2019, 2019/2020, o comunque sino all'emanazione di un successivo Regolamento.
3. Il Foro competente per la risoluzione di eventuali controversie interpretative, applicative e derivanti dalla successione dei regolamenti nel tempo è il foro di Napoli.

Link Utili

1. [Guida agli stage](#)
2. [Job Placement](#)

Appendice: Percorso formativo 2017/2018