



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PAVIA
Nome del corso in italiano	Comunicazione, innovazione, multimedialità (<i>IdSua:1604456</i>)
Nome del corso in inglese	Communication, Innovation, Multimedia
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://cim.cdl.unipv.it/
Tasse	https://portale.unipv.it/it/didattica/corsi-di-laurea/contribuzione-universitaria
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	ROSTAN Michele
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	CONSIGLIO DIDATTICO DEI CDS IN COMUNICAZIONE
Struttura didattica di riferimento	SCIENZE POLITICHE E SOCIALI (Dipartimento Legge 240)
Eventuali strutture didattiche coinvolte	SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI GIURISPRUDENZA STUDI UMANISTICI INGEGNERIA INDUSTRIALE E DELL'INFORMAZIONE
Docenti di Riferimento	

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
----	---------	------	---------	-----------	------	----------

1.	CHIAPPONI	Flavio	RU	1
2.	COBIANCHI	Vittorio	ID	1
3.	GHIA	Elisa	RD	1
4.	MADONNA	Michele	PO	1
5.	MAININO	Gianluca Carlo Jacopo	PA	1
6.	NICOLINI	Marcella Giovanna Maria	PA	1
7.	POMA	Vittorio	RU	1
8.	PORTA	Marco	PO	1
9.	ROSTAN	Michele	PO	1
10.	VOLPI	Mirko	PA	1

Rappresentanti Studenti

ROTTOLI CHIARA
 GAZZIN FEDERICA
 RISIMINI MASSIMILIANO
 MAZZITELLI FRANCESCA
 MAGALHAES LARA RAFAEL VICTOR
 GIORGI OLIVIERO
 TAMBONE LEONARDO
 FARRELL MASSIMILIANO PATRICK
 RABBORDI SERENA
 FAZELI KHALILI AVA
 GANDINI LUCA
 DINOUI MARA ELENA
 BUZZI ROBERTO

Gruppo di gestione AQ

Elisa Conz
 Vittorio Poma
 Michele Rostan
 Chiara Rottoli
 Daniela Scovenna
 Emanuele Tuccari

Tutor

Marcella Giovanna Maria NICOLINI
 Dilia DI VINCENZO
 Elisabetta JEZEK
 Michele ROSTAN
 Emanuele TUCCARI
 Mirko VOLPI
 Guido LEGNANTE
 Michele MADONNA
 Gianluca Carlo Jacopo MAININO
 Marco PORTA
 Elisa CONZ
 Elisa GHIA
 Alessandro CALIANDRO
 WENWEN HUANG



Comunicazione, Innovazione, Multimedialità (CIM) è il Corso di Laurea ideale per coloro che vogliono una formazione adeguata alle nuove professioni della comunicazione, attenta all'attualità e agli strumenti multimediali.

Durante gli studi sono trasmesse le competenze fondamentali che caratterizzano le professioni della comunicazione oggi più richieste dal mercato del lavoro.

Il corso di laurea fornisce una preparazione teorica e operativa finalizzata alle nuove professioni del settore della comunicazione, con particolare attenzione a due ambiti di importanza fondamentale nella società contemporanea: la comunicazione in contesti innovativi e la comunicazione multimediale.

Per laurearsi in CIM occorre sostenere esami dedicati alle tematiche oggi più importanti nel mondo della comunicazione, quali: Internet e media digitali; management ed economia; comunicazione scritta e public speaking; web design; marketing e pubblicità; media e politica; editoria multimediale; etica e sociologia della comunicazione. È inoltre previsto lo studio di almeno due lingue straniere insieme a laboratori dedicati alle professioni della comunicazione. Lo studente dovrà anche svolgere un periodo di stage presso un'azienda o un ente coerente con i suoi interessi.

Link: <http://>



QUADRO A1.a

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

27/11/2020

La consultazione è avvenuta, nel mese di dicembre 2013, attraverso l'invio di una lettera del Responsabile del corso di laurea, con cui è stata richiesta l'espressione di un parere in merito all'ordinamento didattico modificato.

Si è scelto di circoscrivere la consultazione, individuando interlocutori che hanno un preciso interesse e una specifica competenza nel valutare tale ordinamento e precisamente 'TP Associazione pubblicitari professionisti', 'Federazione relazioni pubbliche italiane (FERPI)' e 'Associazione italiana agenzie di relazioni pubbliche (ASSOREL)'.

Tutte hanno espresso parere positivo in merito al progetto formativo proposto, riconfermando peraltro il giudizio già formulato in occasione della precedente consultazione.

In particolare, FERPI 'intende confermare il proprio apprezzamento per[...]la strategia di focalizzazione sulle contemporanee professioni della comunicazione, la coerente selezione dei settori disciplinari, la significativa attenzione alla componente tecnologica della comunicazione.'

FERPI e ASSOREL rinnovano 'l'auspicio che si dia un maggiore rilievo nel piano di studi futuro alla disciplina delle relazioni pubbliche già nel triennio.' TP, invece, apprezza in particolare:

- 'l'omogeneità con le migliori esperienze analoghe in Italia e in Europa, ottenuto grazie a un attento processo di benchmarking, e l'espressa volontà di massimizzare la coerenza tra offerta formativa e mercato del lavoro, in particolare nei settori della comunicazione d'impresa e della comunicazione pubblica.';
- 'la volontà di formare figure professionali capaci di organizzare e gestire la comunicazione a livello di istituzioni pubbliche, soggetti d'impresa e mass media'.

Nei mesi di dicembre 2019 – marzo 2020 sono state progettate e attuate ulteriori consultazioni con organizzazioni rappresentative a livello locale, e non solo, della produzione, servizi, professioni. Sono state invitate 22 istituzioni /associazioni/impresе rappresentative a livello sia locale sia nazionale, e 11 di queste sono state disponibili a incontrare i rappresentanti del corso di laurea in vari modi e momenti. Qui di seguito sono riassunti i principali elementi delle consultazioni (la sigla CD indica 'Consiglio Didattico').

- 05/02/2020: QUORUM-YOUTREND, sondaggi e trend sociali. Partecipanti: Presidente QUORUM e Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: (a) ampliare le conoscenze di storia e geopolitica; (b) rinforzare le competenze di visualizzazione dati, inserzioni online, web design.
- 05/02/2020: AICA, associazione italiana di calcolo automatico. Partecipanti: Presidente AICA e Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: rinforzare le sinergie con dipartimenti ingegneristici.
- 11/02/2020: RAI + FACILITYLIVE, azienda di tecnologie digitali + OSSERVATORIO DI PAVIA, istituto di ricerca. Partecipanti: Presidente RAI + Fondatore FACILITYLIVE + Presidente OSSERVATORIO + Presidente CD + Altri docenti CD. Principali suggerimenti e risultanze: (a) fornire elementi di giornalismo digitale, per diversi media; (b) rinforzare le conoscenze di video e grafica; (c) aumentare la consapevolezza del target della comunicazione; (d) migliorare le competenze di analisi dei dati; (e) saper leggere le 'immagini' come elemento primario della comunicazione
- 19/02/2020: EPISTEME, istituto di studi sociali e di consumo + GEDI GROUP, settore dei media (radio, TV, ecc.). Partecipanti: Presidente EPISTEME + Coordinatrice GEDI GROUP + Presidente CD + Altri docenti CD. Principali suggerimenti e risultanze: (a) addestrare all'uso delle metriche dei siti; ampliare le conoscenze sui diversi media; (b) rinforzare la visione multidisciplinare; (c) inserire elementi di sociologia e antropologia della comunicazione.
- 19/02/2020: ASSOLOMBARDA Sede di Pavia. Partecipanti: Direttore ASSOLOMBARDA PV + Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: rinforzare la sensibilità verso sostenibilità, cultura d'impresa e democrazia in era digitale.
- 25/02/2020: MIRO COMUNICAZIONE, agenzia di pubbliche relazioni. Partecipanti: Communication Manager MIRO + Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: Inserire qualche attività didattica sulle relazioni pubbliche.
- 26/02/2020: PRHUB, Rete di agenzie di relazioni pubbliche. Partecipanti: Coordinatore PRHUB + Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: (a) specificare meglio i profili professionali; (b) rinforzare le competenze nella

comunicazione interna e nelle relazioni fra istituzioni.

• 02/03/2020: ASSOCOMPOL, Associazione italiana di comunicazione politica. Partecipanti: Presidente ASSOCOMPOL + Presidente CD. Principali suggerimenti e risultanze: (a) inserire elementi di sociologia della comunicazione; (b) valorizzare le competenze nella comunicazione pubblica.

Nei mesi di settembre-ottobre 2020 le parti consultate sono state nuovamente contattate per sottoporre loro le prime ipotesi di revisione dell'ordinamento del corso di laurea. Alcune delle Parti hanno inviato un feedback; si segnala in particolare quanto segue.

• In data 21/10/2020 il Presidente della RAI, apprezzando i documenti, ha suggerito via mail di porre attenzione per specificare con più dettaglio i possibili sbocchi professionali per cui il corso di laurea prepara, alla luce della ricchezza dell'offerta didattica descritta nel RAD.

• In data 22/10/2020 il Direttore di ASSOLOMBARDA - SEDE DI PAVIA ha manifestato via mail interesse per il lavoro svolto e per la possibilità di continuare in futuro la collaborazione fra Assolombarda e il corso di laurea.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbali consultazione parti sociali



QUADRO A1.b

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

27/05/2024

Nel 2019 è stato costituito un Gruppo di Lavoro per la revisione della laurea in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità, così composto:

- Giorgio Rampa, Presidente del Consiglio didattico
- Giampaolo Azzoni
- Elisabetta Jezek
- Guido Legnante
- Marco Porta, Referente del Corso di laurea

Le attività del Gruppo sono iniziate nel luglio 2019 per poi proseguire nei mesi successivi.

In particolare, nel mese di dicembre 2019 il Presidente del CdL ha inviato ai seguenti rappresentanti delle parti sociali una lettera di invito a esprimere un parere sull'attuale piano di studi CIM, e a fornire suggerimenti per un suo miglioramento:

- Giovanni Adorni (presidente AICA)
- Daniela Aleggiani (Responsabile Sostenibilità e Relazioni con le Comunità - South East Europe Region, 3M)
- Marianna Bruschi (responsabile Visual Lab – La Repubblica)
- Francesco Caracciolo (direttore Confindustria Pavia)
- Andrea Caretta (Osservatorio di Pavia)
- Andrea Cornelli (presidente PR-HUB)
- Nicola De Cardenas (presidente Confindustria Pavia)
- Luciana De Laurentis (Internal Communication Manager FASTWEB)
- Monica Fabris (presidente EPISTEME)
- Marcello Foa (presidente RAI)
- Andrea Fontana (Storyfactory)

- Carlo Fossati (FacilityLive)
- Andrea Gelmo (Digital & Social Marketing Leader – IBM)
- Gianpiero Lotito (FacilityLive)
- Gianpietro Mazzoleni (presidente Assocompol)
- Lorenzo Pregliasco (Managing Partner QUORUM-YOUTREND)
- Rossella Rosciano (responsabile PR Mirò Comunicazione)
- Antonella Rossi (direttore RCS Academy)
- Daniele Salvaggio (responsabile Formazione FERPI)
- Alessandro Scarabelli (direttore generale di Assolombarda)
- Rossella Sobrero (presidente FERPI)
- Massimo Tafi (presidente ASSOREL)
- Fabio Ventoruzzo (Vice President Italy & Switzerland, Reputation Institute)

E' stata inoltre chiesta la disponibilità a un incontro per discutere in modo più diretto delle migliori strategie future per il corso di laurea.

L'11 febbraio 2020 si è avuto un incontro con Andrea Caretta (Osservatorio di Pavia), Marcello Foa (presidente RAI, in teleconferenza), Gianpiero Lotito (Facility Live) e Carlo Fossati (Facility Live). Il 19 febbraio 2020 si è avuto un altro incontro con Marianna Bruschi (responsabile Visual Lab – La Repubblica, per via telematica) e Monica Fabris (presidente EPISTEME).

Il presidente del CdL ha poi avuto colloqui telefonici con Giovanni Adorni (presidente AICA) e Lorenzo Pregliasco (Managing Partner QUORUM-YOUTREND) il 5 febbraio 2020, e con Rossella Rosciano (responsabile PR Mirò Comunicazione) il 25 febbraio 2020.

Alessandro Scarabelli di Assolombarda ha fornito suggerimenti in forma scritta (documento raggiungibile dal link esterno qui fornito).

Anche se l'attività di consultazione ha subito una brusca battuta d'arresto a causa dell'emergenza COVID-19, le informazioni raccolte si sono rivelate estremamente utili e hanno prodotto, nei mesi successivi fino a ottobre 2020, il documento allegato 'Consolidamento del corso di laurea in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità - Fasi istruttorie e preparatorie, maggio 2018 – ottobre 2020'.

Successivamente, il nuovo responsabile del corso di studi, Michele Rostan, ha incontrato Andrea Cornelli, vice-presidente di UNA, Aziende della comunicazione unite, Pavia, 29 ottobre 2021; ha partecipato all'incontro "Ecosistema dell'innovazione pavese" con stakeholder e rappresentanti delle imprese locali organizzato dalla sede di Pavia di Assolombarda il 15 novembre 2021; ha partecipato alla presentazione dell'Osservatorio "InSIde - Influencer, Stories, Identities & Evolu-tions" organizzato da Pulse Advertising in collaborazione con Eumetra e Università di Pavia, Milano, 17 novembre 2021 e ha partecipato alla edizione 2021 dell'Osservatorio Aziende della Comunicazione, "Nuovi perimetri, tendenze e prospettive del mercato", organizzato da UNA - Aziende della comunicazione unite in collaborazione con l'Università di Pavia, Milano, 13 dicembre 2021.

Nel 2022, l'Agenzia per il lavoro Humangest e il Centro Interdipartimentale di Studi e Ricerche sull'Istruzione Superiore dell'Università di Pavia, in collaborazione con la Società Story Factory di Milano e i responsabili dei corsi di laurea e di laurea magistrale in comunicazione hanno promosso l'Osservatorio giovani e lavoro che ha realizzato la ricerca "Mercato del lavoro e istruzione superiore. Aspettativa e motivazioni di laureandi e laureati a confronto". Il dossier "Il valore della fiducia. Laureati e laureandi alle prese con la sfida del lavoro" che ha raccolto i primi risultati dell'indagine è stato presentato il 5 luglio 2022 presso la Fondazione Feltrinelli a Milano in un incontro con i rappresentanti delle imprese e dei professionisti del mondo della comunicazione.

I responsabili dei corsi di laurea e di laurea magistrale in scienze della comunicazione hanno promosso il e partecipato al Augmented Human Intelligence & Digital Ergonomics Lab del nuovo Institute For Transformative Innovation Research (Itir) cui partecipano sette Dipartimenti dell'Università di Pavia. Il laboratorio, dedicato al tema "Come cambia la relazione uomo-macchina e come ciò può supportare processi decisionali migliori e più sostenibili", ha permesso l'incontro con imprese e professionisti del mondo della comunicazione come UNA, Aziende della comunicazione unite, SEC Newgate e

RES Group.

Per favorire un confronto più strutturato e continuativo con le imprese, gli enti pubblici e del terzo settore, organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni, valorizzando i rapporti con i soggetti già convenzionati per lo svolgimento dei tirocini e sviluppandone di nuovi, il Consiglio didattico di CIM ha introdotto, accanto a quello tradizionale, un secondo modello di elaborato per la prova finale che consiste di una relazione scritta ragionata e documentata su un'attività formativa cui gli studenti hanno partecipato. Tra queste attività, indicate dal Consiglio didattico e svolte sotto la supervisione di un docente del corso di laurea, ci sono anche i tirocini e gli stage. In questo caso, la redazione della relazione da parte dei tirocinanti favorirà un rapporto più qualificato e continuativo tra il corso di laurea e i soggetti esterni.

Il 25 ottobre 2023, in occasione dell'evento "I (più) di vent'anni di CIM" organizzato in collaborazione con alcuni laureati dei corsi di comunicazione, sono stati organizzati due momenti di consultazione delle parti interessate al corso di studi cui ha partecipato un centinaio di studenti dei corsi di laurea e di laurea magistrale: a) l'incontro con i vertici di due organizzazioni rappresentative del mondo della comunicazione a livello nazionale, la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana e l'associazione delle Aziende della Comunicazione Unite; b) l'incontro con quattro laureati del corso attivi come tecnici o come manager in organizzazioni pubbliche e private di diversi settori economici. Il verbale della consultazione è disponibile in allegato alla Scheda Unica Annuale.

Il 22 novembre 2023, promosso da UNA - Aziende della Comunicazione Unite (<https://unacom.it>), si è tenuto un incontro tra i rappresentanti dell'associazione – Presidente, Vicepresidente, Membri del Direttivo e del Centro studi – e i rappresentanti dei corsi di laurea e di laurea magistrale in scienze della comunicazione dell'Università di Pavia. Il verbale della consultazione è disponibile in allegato alla Scheda Unica Annuale.

Link: <https://drive.google.com/file/d/1w01KNXaKqzUQx7cV09vwCWjp4KDx54-F/view?usp=sharing> (Lettera da Assolombarda)

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Tecnico esperto della comunicazione

funzione in un contesto di lavoro:

Le funzioni nell'attuale contesto di lavoro richiedono un mix di competenze: ideazione, produzione e distribuzione di contenuti; attenzione alle relazioni fra e nelle aziende, e fra istituzioni e cittadini; familiarità con i vecchi e nuovi media; disponibilità al lavoro dipendente ma anche all'iniziativa imprenditoriale; sviluppo di servizi, prodotti e applicazioni digitali; cultura interdisciplinare per comprendere le complessità delle tematiche comunicazionali.

Tenendo conto anche dei suggerimenti provenienti dalle parti interessate partecipanti alle consultazioni, il laureato dovrà essere in grado di svolgere, tra le principali funzioni richieste dal mondo del lavoro, le seguenti:

- assistenza agli specialisti nella ricerca e nella acquisizione /organizzazione di dati e informazioni;
- organizzazione e confezionamento dei dati e delle informazioni in maniera rilevante e significativa per imprese e committenti;

- assistenza nel promuovere le attività di mercato di un'impresa o l'immagine di una istituzione;
- ricerca, selezione, raccolta e sistematizzazione di dati e materiale informativo e pubblicitario favorevole;
- visita, per conto di imprese pubblicitarie, di aziende e organizzazioni proponendo prodotti o servizi pubblicitari/comunicativi;
- rappresentanza e promozione di artisti / atleti / personaggi pubblici, curandone la visibilità;
- fornitura di servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere / convegni / eventi;
- organizzazione e coordinamento di attività connesse all'implementazione di palinsesti e programmi radiotelevisivi e alla produzione teatrale e cinematografica;
- realizzazione, tramite varie tecniche anche digitali, di bozzetti / disegni di dettaglio / elaborati multimediali / animazioni finalizzati alla comunicazione e all'illustrazione pubblicitaria.

Per mansioni di livello dirigenziale, il laureato potrà successivamente accedere a corsi di laurea magistrale o a master professionalizzanti.

competenze associate alla funzione:

I laureati devono:

- possedere competenze di base e abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione ed essere in grado di svolgere compiti professionali nei media, nella pubblica amministrazione, nei diversi apparati dell'industria culturale e nel settore aziendale, dei servizi e dei consumi;
- possedere le competenze di base relative alle nuove tecnologie, e le abilità necessarie allo svolgimento di attività di comunicazione e di relazione con il pubblico;
- possedere le abilità necessarie per attività redazionali su diversi media, tenendo conto di volta in volta dei target;
- essere in grado di utilizzare, in forma scritta e orale, due lingue straniere di cui almeno una dell'Unione Europea e acquisire competenze per l'uso efficace della lingua italiana;
- possedere le abilità di base necessarie alla produzione di testi informativi e comunicativi;
- possedere le capacità di apprendimento e di autonomia di giudizio necessarie per affrontare un percorso di laurea magistrale o un master professionalizzante.

sbocchi occupazionali:

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dal corso di laurea sono nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, in qualità di addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, di esperti della multimedialità, di istruttori a distanza, di professionisti nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie. Di nuovo, tra i possibili sbocchi si sottolinea la prosecuzione degli studi in corsi universitari di secondo livello.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1)
2. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
3. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
4. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
5. Agenti e rappresentanti di artisti ed atleti - (3.3.4.7.0)
6. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)
7. Agenti di pubblicità - (3.3.4.4.0)



20/11/2020

Per essere ammesso al corso di laurea, lo studente deve essere in possesso del diploma di scuola secondaria di secondo grado richiesto dalla normativa in vigore, o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alle leggi vigenti.

Per l'ammissione si richiedono inoltre, quale adeguata preparazione iniziale: la conoscenza di base della lingua inglese; conoscenze di base di alcuni strumenti informatici; padronanza della lingua italiana (scritta e orale) e capacità di comprensione dei testi.

Le modalità di verifica dell'adeguatezza della preparazione iniziale e del recupero di eventuali lacune e deficit formativi dello studente sono disciplinate dal Regolamento didattico del corso di laurea.



30/05/2023

Per l'iscrizione al primo anno del Corso di Laurea è prevista la programmazione locale degli accessi. L'iscrizione è consentita fino ad esaurimento dei posti disponibili: requisiti, termini e modalità sono disciplinate da apposito bando pubblicato sul sito web d'ateneo e sul sito web istituzionale del Corso di Laurea.

Per essere ammesso al corso di laurea lo studente deve essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo dai competenti organi dell'Università.

Per l'iscrizione al corso di laurea è inoltre ritenuto essenziale il possesso da parte dello studente di adeguate capacità di ragionamento logico e comprensione del testo, nonché conoscenze di base della lingua inglese e dell'informatica.

La preparazione iniziale dello studente sarà testimoniata dal risultato di un test di ammissione volto a verificare le capacità e le predette conoscenze, nei modi che saranno definiti nel Bando di immatricolazione. Per l'immatricolazione occorre: (1) aver superato il test di ammissione con un punteggio minimo di idoneità (definito nel Bando di immatricolazione); (2) rientrare nella graduatoria degli idonei, secondo il numero di posti disponibili.

Allo studente che, risultando idoneo nel test di ammissione, completi la procedura di immatricolazione, sarà attribuito un debito formativo in inglese e/o informatica nel caso consegua punteggi inferiori a specifiche soglie (definite nel Bando di immatricolazione) per queste due sezioni del test. Al fine di favorire l'assolvimento degli obblighi formativi in conseguenza di tali eventuali debiti, vengono organizzate apposite attività didattiche integrative che si svolgeranno entro il primo anno.

L'avvenuto assolvimento degli obblighi formativi aggiuntivi avviene attraverso l'attestazione della frequenza obbligatoria delle suddette attività, nonché tramite il superamento di un test online. In caso di mancato assolvimento degli obblighi formativi aggiuntivi entro il 30 settembre del primo anno di corso, lo studente sarà iscritto in posizione di 'ripetente'.

Da quest'anno, l'Università degli studi di Pavia offre agli studenti iscritti al quarto anno di scuola superiore italiana nell'anno scolastico 2022/2023 la possibilità di prenotare un posto nel corso di laurea di interesse ai fini della successiva immatricolazione nell'anno accademico 2024/2025. Gli studenti che avranno superato il test di ammissione a CIM organizzato dall'Ateneo nella primavera-estate 2023 avranno la precedenza per immatricolarsi al corso dell'anno

accademico 2024/2025 in una finestra anticipata rispetto alle immatricolazioni standard.

Link: <http://>



QUADRO A4.a

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

20/11/2020

Il corso di laurea in 'Comunicazione, Innovazione, Multimedialità' ha l'obiettivo di formare operatori (consulenti, tecnici, quadri intermedi) in un settore in rapida evoluzione, non solo in seguito alla nascita di sempre nuove professionalità e all'evoluzione dei processi tecnologici connessi al mondo della comunicazione, ma anche per la continua trasformazione in senso comunicativo di professioni già esistenti, tenendo conto dell'emergere di sempre nuovi bisogni comunicativi sia nel pubblico sia fra gli operatori che quel pubblico vogliono ingaggiare. D'altro canto, considerata la significativa propensione dei laureati a proseguire verso un percorso di laurea magistrale, e tenendo conto della filiera attivata presso l'Ateneo pavese con la presenza di corsi di laurea magistrale e master in materie della Comunicazione, il corso ha anche l'obiettivo di preparare i laureati a proseguire verso studi di secondo livello.

A questi fini è necessaria una preparazione, sia generale sia pratica, che consenta (1) di adattarsi alle sempre mutevoli esigenze di diverse branche dell'economia e della società, sia nel settore pubblico sia soprattutto in quello privato; e (2) di essere pronti, se lo si desidera, per affrontare un successivo percorso di studi più avanzato. Ai laureati, dunque, è impartito innanzitutto un insieme di conoscenze ad ampio spettro, necessarie sia per una professionalità dinamica di livello intermedio sia per la prosecuzione in corsi di studio di secondo livello, in Italia e all'estero. È dunque importante la partecipazione all'offerta formativa da parte di diversi Dipartimenti dell'Ateneo (Scienze politiche e sociali, Ingegneria industriale e dell'informazione, Giurisprudenza, Studi umanistici, Scienze economiche e aziendali), caratteristica che contraddistingue il corso di laurea rispetto a quelli offerti in altri Atenei.

In coerenza con quanto prima affermato, il corso è organizzato lungo due direzioni di apprendimento:

- 1) Direzione orientata alla teoria e ai metodi;
- 2) Direzione orientata alle tecniche e alle pratiche.

Il corso di laurea in 'Comunicazione, Innovazione Multimedialità' ha come principale obiettivo l'acquisizione da parte degli studenti di adeguate conoscenze scientifiche e di competenze tecniche di base utili ad analizzare, gestire e valutare i fenomeni comunicativi, oltre che la formazione di una consapevolezza critica dei diversi aspetti di tali fenomeni.

Al termine del corso di studi, il laureato in 'Comunicazione, Innovazione Multimedialità' dovrà perciò essere in grado di: (a) saper produrre in modo efficace testi in diversi formati, facendo uso delle tecniche digitali più innovative, per i differenti media e piattaforme comunicative; (b) essere in grado di rapportarsi, anche oralmente, a diversi tipi di pubblico, sia nel settore privato sia nella vita pubblica; (c) collaborare alla progettazione e gestione di strumenti multimediali di comunicazione; (d) comprendere e valutare le implicazioni e i limiti normativi ed etici dell'attività del comunicatore.

Per raggiungere gli obiettivi del corso, l'offerta formativa si articola nelle sottostanti quattro principali aree disciplinari (A-D), ciascuna declinabile secondo le direzioni di apprendimento (1-2) sopra individuate, a seconda delle scelte degli studenti; il corso di laurea, infatti, non prevede curricula differenziati, ma offre, pur mantenendo un nucleo formativo comune a tutti gli studenti, l'opportunità di un percorso formativo individualizzato che consenta di valorizzare e sviluppare le attitudini individuali, scegliendo fra specializzazioni disciplinari tramite insegnamenti o moduli diversi che indirizzino verso professionalità o capacità differenziate tra loro.

A) Area informatica, dell'elaborazione delle informazioni e dell'editoria digitale. (A1) Oltre all'utilizzo dei principali sistemi e tecnologie multimediali e alla creazione e gestione di contenitori multimediali on line (siti web), si apprende l'utilizzo delle principali tecnologie di produzione e di distribuzione di informazione su media digitali (testo, immagine, suono). (A2) Nella progressione lungo i tre anni, si procede dalla definizione degli elementi base (architettura, produzione digitale, formati), alle basi della tecnologia dell'internet e l'implementazione di siti, agli elementi dell'editoria digitale (immagini, grafica, video). Sono proposti altresì i temi dei big data, dell'editoria digitale e della comunicazione digitale in diversi contesti (ad esempio quello museale).

B) Area linguistica. (B1) Qui si procede dai problemi generali della semantica e della pragmatica nel linguaggio, anche nei diversi media, alla conoscenza delle diverse forme di linguaggio che caratterizzano in modo diverso i media. (B2) Successivi approfondimenti sono rivolti alle attività di diffusione delle informazioni nell'era attuale, incluse le diverse tecniche di scrittura, inclusa quella creativa. Sul versante delle due lingue straniere, oltre agli elementi grammaticali e sintattici, si punta al loro corretto ed efficace utilizzo ai fini della comunicazione.

C) Area sociale e politologica, con elementi di economia. (C1) Per indurre una chiara consapevolezza dei meccanismi sociali della comunicazione, il corso offre inizialmente gli elementi della Teoria sociologica assieme a quelli della metodologia della ricerca sociale, per proseguire poi sui temi della sociologia della comunicazione in generale e della comunicazione politica in particolare, sino ad arrivare (C2) ai meccanismi sottostanti all'evolversi dell'opinione pubblica, inclusa l'analisi dei dati sulla circolazione dell'informazione sui media. Sul versante delle materie economiche, si forniscono strumenti per la comprensione dei comportamenti e della comunicazione/percezione dei segnali economici, assieme ai principi e tecniche del marketing.

D) Area del diritto, della deontologia, dell'oratoria. Partendo (D1) dai fondamenti dei rapporti di diritto privato, si forniscono conoscenze relative al diritto della proprietà intellettuale e della protezione dei dati personali, elementi essenziali del mondo della comunicazione. Non sono trascurati (D2) gli importanti temi dell'etica e deontologia della comunicazione, e sono altresì impartite tecniche di oratoria pubblica.

Il percorso formativo è corredato da alcuni laboratori, in cui sperimentare, attraverso progetti anche di gruppo, le più innovative tecniche di comunicazione relazionale e digitale, con lo scopo di offrire agli studenti un terreno di prova per sviluppare le proprie inclinazioni e attitudini personali. È previsto uno stage obbligatorio che si avvale della rete di collaborazioni attivate negli anni dal corso di laurea. Infine, vengono suggerite alcune attività, incluse in quelle a libera scelta, di cui alcune orientate a una preparazione in prospettiva storica (storia della TV, radio e cinema).

Il percorso si conclude con una prova finale consistente nell'elaborazione di una tesi scritta o in una relazione che sia il risultato di esperienza di stage o progetti.



QUADRO
A4.b.1

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

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>I laureati in 'Comunicazione, Innovazione, Multimedialità' devono innanzitutto acquisire un approccio multidisciplinare ai problemi della comunicazione, cioè una capacità di analisi e di intervento che consideri la pluralità dei punti di vista, delle aree tematiche e delle competenze implicate nei processi comunicazionali dell'attuale società complessa.</p> <p>Nel particolare, con riferimento alle aree disciplinari definite negli Obiettivi, i laureati dovranno acquisire e dimostrare le capacità di conoscenza e comprensione qui di seguito descritte.</p> <p>A) Area informatica e dell'elaborazione delle informazioni. Oltre a conoscere i principi dell'architettura e della produzione digitale, gli studenti dovranno comprendere le basi teoriche e pratiche delle tecnologie di Internet e del Web, e acquisire le coordinate per applicare le tecnologie e i linguaggi del Web all'implementazione di siti web statici, dinamici e interattivi. Dovranno inoltre avere conoscenze nel campo dell'editoria digitale, a partire dalla sua storia, sapendo individuare criticamente il nesso fra evoluzione tecnologica, cambiamenti sociali e pratiche di lettura.</p> <p>B) Area linguistica. Lo studente dovrà conoscere i principi teorici della semantica</p>	
-----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

del linguaggio nonché del suo uso concreto, sia orale sia scritto, nelle diverse forme della comunicazione; dovrà inoltre essere in grado di distinguere le varietà dell'italiano usato per le diverse destinazioni della comunicazione e dunque saperne analizzare le differenze. Sul versante delle lingue straniere, si dovranno conoscere le funzioni e gli usi di tali lingue nel mondo della comunicazione.

C) Area sociale e politologica, con elementi di economia. Oltre a conoscere le teorie fondamentali utili per comprendere le relazioni sociali, lo studente dovrà acquisire familiarità con le metodologie di base della ricerca sociale. Dovranno inoltre conoscere le teorie e i metodi della comunicazione relativi ai diversi ambiti della vita pubblica, sociale, culturale, politico, ecc., per comprendere la relazione fra i processi di formazione dell'opinione pubblica e le caratteristiche dei mezzi di comunicazione, nonché i meccanismi di formazione dell'opinione pubblica e i comportamenti degli attori politici. Sul lato delle conoscenze economiche, occorre avere consapevolezza delle logiche di scelta (consumo, risparmio, lavoro, produzione) e delle loro implicazioni per il benessere sociale, assieme agli effetti –anche comunicativi– della scelta pubblica sul sistema economico. Occorre inoltre che lo studente conosca, e sappia valutare, i processi di marketing delle organizzazioni di diversa natura e operanti in diversi settori.

D) Area del diritto, della deontologia, dell'oratoria. A partire dalle conoscenze basilari dei rapporti di diritto privato, incluso l'utilizzo delle fonti di cognizione legislative e giurisprudenziali, lo studente dovrà diventare consapevole del ruolo delle norme a protezione della proprietà intellettuale (diritto d'autore, brevetto, marchio) e di quelle a protezione della privacy in un mondo sempre più connesso digitalmente. Si richiede inoltre allo studente di essere consapevole dei problemi etico-giuridici della comunicazione nei mass-media tradizionali e nuovi, nonché di migliorare le proprie abilità comunicative orali e acquisire più sicurezza e più disinvoltura nel parlare in pubblico.

Le modalità di erogazione della didattica ai fini delle capacità di conoscenza e comprensione consistono prevalentemente in lezioni seminariali con la presentazione di modelli teorici e metodologici immediatamente applicati all'analisi di casi concreti. Per la verifica delle conoscenze, si suggerisce ai docenti di utilizzare la forma scritta e/o orale, per incentivare sia la capacità di esporre in modo ordinato e logico le idee sia la capacità di sintetizzarle oralmente in modo efficace. Per alcune conoscenze fondamentali relative agli insegnamenti di base o caratterizzanti è altresì possibile una selezione iniziale basata su domande a scelta multipla.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in 'Comunicazione, Innovazione, Multimedialità' devono essere capaci di riferire le loro acquisizioni teoriche e concettuali alle dimensioni operative proprie delle professioni della comunicazione alla cui formazione il corso di laurea è finalizzato, così come devono essere capaci di ideare e sostenere argomentazioni e di saper definire e risolvere problemi, in relazione agli ambiti disciplinari del corso di laurea.

Con riferimento, ancora, alle aree disciplinari, lo studente dovrà essere in grado, specie in relazione alla direzione di apprendimento 2 – Tecniche e pratiche, di applicare le proprie conoscenze nei versanti qui di seguito descritti.

A) Area informatica e dell'elaborazione delle informazioni. Gli studenti dovranno essere in grado di organizzare e coordinare in autonomia le principali fasi di realizzazione di un prodotto multimediale; dovranno inoltre saper applicare le tecnologie e i linguaggi del Web per collaborare all'implementazione di siti statici,

dinamici e interattivi e alla selezione critica delle migliori tecnologie e i migliori linguaggi del Web dipendentemente dagli specifici contesti. Sul lato della produzione, dovranno anche sapersi orientare nell'ideazione, nella valutazione e scelta dei formati per oggetti grafici e video, nonché nella distribuzione dei prodotti. Sul lato dell'editoria, lo studente deve essere in grado di approfondire in autonomia gli ambiti problematici e le tecniche dell'editoria digitale.

B) Area linguistica. Gli studenti dovranno per prima cosa essere in grado di analizzare criticamente il linguaggio dei diversi media. Oltre a ciò, dovranno saper valutare correttamente il livello di efficacia di un testo e produrre testi adeguati a diverse situazioni comunicative: un ruolo non secondario è rivestito dalla capacità di produrre testi creativi. Fa parte delle competenze da acquisire anche la capacità di adattarsi, applicandovi le conoscenze acquisite, alla trasformazione inevitabile delle professioni della comunicazione, inclusa quella giornalistica. Sul lato delle lingue straniere, gli studenti dovranno essere in grado di produrre efficaci testi comunicativi.

C) Area sociale e politologica, con elementi di economia. Gli studenti dovranno saper valutare in modo autonomo l'impianto di ricerca degli studi finalizzati alla comprensione della comunicazione politica; dovranno poi saper ideare semplici survey e saperne valutare i risultati. Dovranno essere in grado di leggere in modo problematico e articolato i fenomeni sociali, per avere competenze sostantive e metodologiche nell'analizzare la relazione fra la formazione dell'opinione pubblica ed i comportamenti di élite, media e cittadini. Fa parte di queste competenze la capacità di analizzare, visualizzare e gestire i dati raccolti. Le capacità applicative sul versante dell'economia includeranno la capacità di raccogliere / organizzare / riportare le principali informazioni connesse con gli andamenti dell'economia e con le scelte della politica economica. Gli studenti dovranno poi acquisire le competenze, in particolare la comunicazione e la capacità di lavorare in team, per saper sviluppare e presentare semplici piani di marketing.

D) Area del diritto, della deontologia, dell'oratoria. Gli studenti dovranno in primo luogo essere sempre consapevoli dei, e attenti ai, vincoli normativi che accompagnano l'agire nelle diverse professioni della comunicazione, a partire dalle figure della responsabilità civile per arrivare alla protezione dei diritti di proprietà intellettuale e alla protezione dei dati personali. Dovranno inoltre saper affrontare le esperienze di attori della comunicazione senza perdere di vista gli aspetti etici della responsabilità individuale. In particolare, dovranno saper applicare le conoscenze di oratoria ai delicati compiti della comunicazione in pubblico.

Le capacità di applicare le conoscenze saranno trasmesse, oltre che tramite lezioni, anche e soprattutto per mezzo di esercitazioni e laboratori, in cui gli studenti siano coinvolti, anche per gruppi, in esperienze guidate anche da professionisti del settore che tengono seminari e portano testimonianze. Lo stage obbligatorio sarà altresì un'occasione per mettere alla prova le proprie 'capacità di fare'.

La modalità di valutazione di tali competenze prenderà la forma non solo di esami scritti od orali, ma anche di progetti, anche di gruppo, condotti sotto la supervisione dei docenti, che si potranno concludere con la presentazione di saggi o tesine o presentazioni multimediali. I docenti sono altresì invitati a monitorare il progredire della preparazione applicativa degli studenti per mezzo di prove in itinere.

Area Generica

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono innanzitutto acquisire un approccio interdisciplinare ai problemi della comunicazione, cioè una capacità di analisi e di intervento che consideri la pluralità dei punti di vista e delle competenze implicate nei processi comunicazionali dell'attuale società complessa, con particolare riferimento agli elementi di base rilevanti di economia, diritto, sociologia e politica. Devono quindi acquisire una significativa conoscenza teorica e un'altrettanto significativa comprensione delle più importanti e innovative tecnologie della multimedialità, in quanto utilizzate nell'attività dei professionisti della comunicazione.

Le conoscenze linguistiche in italiano e in due lingue europee devono risultare tali da poter essere utilizzate nella comprensione (scritto/parlato) e redazione (almeno a livello di base) delle principali tipologie di testi prodotti dai professionisti della comunicazione.

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono acquisire conoscenze in ordine all'esercizio giuridicamente corretto e deontologicamente responsabile della comunicazione, anche in riferimento a nuovi problemi emergenti (e che presentano una significativa complessità).

Devono infine essere acquisite conoscenze relative, da un lato ai settori del management, del diritto, della politica e dei processi economici e del lavoro, dall'altro alle discipline linguistiche, semiotiche, letterarie, museologiche, artistiche e relative a cinema, radio e TV, e, più in generale, della comunicazione culturale.

L'insieme di queste conoscenze è acquisito partecipando attivamente alle attività didattiche (lezioni, esercitazioni, laboratori) e attraverso lo studio individuale, anche con l'uso di libri di testo avanzati. In particolare è da segnalare che le attività didattiche si caratterizzano per un elevato grado di interattività ed esperienzialità, in modo da situare il più possibile le conoscenze teoriche in un contesto applicativo. In questo senso, il corso di laurea prevede anche frequenti e qualificate integrazioni dell'attività didattica affidate a testimoni esterni che operano in contesti ad alta innovazione. Lo studente può quindi meglio comprendere i meccanismi alla base della Comunicazione nei diversi ambiti professionali.

Le modalità di verifica per le aree di apprendimento elencate includono prove scritte e/o orali, integrate, ove possibile, da attività progettuali.

Gli studenti possono poi partecipare al programma Erasmus grazie alle numerosissime sedi convenzionate.

Un ruolo formativo importante è svolto anche dallo stage obbligatorio, reso possibile da una rete di qualificati partner, che ha finora svolto un'importante funzione di placement.

Gli studenti possono poi integrare la loro formazione utilizzando la ricca offerta dell'Università (ad esempio il "Centro linguistico", cicli di conferenze, incontri, ecc.) o di altre qualificate istituzioni pavesi, come l'"Istituto Universitario di Studi Superiori" e i numerosi Collegi universitari (tra cui i collegi storici Borromeo e Ghislieri).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono essere capaci di riferire le loro acquisizioni teoriche e concettuali alle dimensioni operative proprie delle professioni della comunicazione alla cui formazione il corso di laurea è finalizzato, così come devono essere capaci di ideare e sostenere argomentazioni e di saper definire e risolvere problemi, in relazione agli ambiti disciplinari del corso di laurea.

A tali fini, le attività didattiche sono svolte in modo da privilegiare un coinvolgimento attivo degli studenti, che sono chiamati a confrontarsi tra di loro e con i docenti, così come a realizzare elaborati o progetti sui contenuti dell'insegnamento. Le attività didattiche sono poi integrate da laboratori dedicati a sviluppare i contenuti più operativi,

così come sono previsti interventi di professionisti esterni in qualità di testimoni.

Uno stage obbligatorio, presso organizzazioni altamente coerenti e sulla base di uno specifico progetto formativo individuale, contribuisce ulteriormente a rafforzare le capacità di applicare le conoscenze acquisite.

La verifica delle capacità in oggetto avviene sia attraverso modalità di valutazione in itinere (come la valutazione di prove intermedie connesse a elaborati o progetti svolti durante il corso), sia attraverso una valutazione finale, come nel caso dello stage per cui è prevista una duplice valutazione: dell'organizzazione ospitante e del tutor universitario. Anche l'esame finale dei singoli insegnamenti prevede una valutazione non solo delle conoscenze acquisite, ma anche della capacità di applicarle nei contesti della comunicazione professionale.

Infine, un momento importante di verifica è costituito dalla prova finale, che si articola preferibilmente in una parte teorica e in una più direttamente applicativa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE [url](#)

COMUNICAZIONE POLITICA [url](#)

COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA [url](#)

DIGITAL MEDIA [url](#)

DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE [url](#)

ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI [url](#)

MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA [url](#)

MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA [url](#)

MODULO 1 SOCIETÀ, CONSUMI E NUOVI MEDIA (*modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI*) [url](#)

MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (*modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI*) [url](#)

OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS [url](#)

SOCIETÀ, ECONOMIA E COMUNICAZIONE [url](#)

WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES [url](#)

Area tecnologica

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono conoscere e comprendere le tecnologie di base per la creazione di siti web e di contenuti multimediali. Devono altresì saper declinare le diverse tipologie di contenuti in base al supporto informatico di fruizione (il PC, lo smartphone, ecc.) e alla natura dello specifico contenitore multimediale (sito web istituzionale, blog, social network, ecc.).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono essere in grado di usare le tecnologie di base per la creazione di siti Web e di contenuti multimediali. La maggior parte delle attività didattiche dell'area informatica e tecnologica sono caratterizzate da una componente pratica (laboratori) sostanziale. In quest'ottica, la verifica delle capacità in oggetto avviene anche attraverso la realizzazione di "progetti" atti a valutare le capacità di progettazione e sviluppo di prodotti multimediali.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

BIG DATA E ALGORITMI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO: CONOSCENZA, INFORMAZIONE, POTERE [url](#)

Area giuridica

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono conoscere e comprendere i fondamenti del diritto privato, l'utilizzo delle fonti normative unitamente alle cognizioni legislative e giurisprudenziali, i problemi etico-giuridici della comunicazione nei mass-media tradizionali e nuovi, le nozioni giuridiche di base nel settore del diritto d'autore e della pubblicità, l'oratoria, la comunicazione del rischio e dell'emergenza e i principi giuridici vigenti in materia di libertà di espressione e di informazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono saper mettere in pratica le competenze acquisite (su diritto privato, temi etico-giuridici, diritto d'autore e della pubblicità, oratoria, comunicare in situazioni di emergenza, libertà di espressione e di informazione, ecc.) nei diversi contesti della comunicazione. Le lezioni frontali stimolano la partecipazione attiva degli studenti attraverso numerosi esempi e casi di studio.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' [url](#)

DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE [url](#)

ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

Area socio-politica

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono conoscere e comprendere il linguaggio politico, le teorie, i metodi e gli strumenti per l'analisi dei fenomeni sociali, la relazione fra i processi di formazione dell'opinione pubblica e le caratteristiche dei mezzi di comunicazione, le implicazioni tecniche, socio-politiche, culturali ed etiche delle grandi aggregazioni di dati, le diverse professioni della comunicazione, la struttura e le caratteristiche delle varie forme di consumo e il complesso rapporto tra politica internazionale e media.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono saper mettere in pratica le competenze acquisite (su linguaggio politico, fenomeni sociali, opinione pubblica, big data, professioni della comunicazione, consumo, politica internazionale, ecc.) nei diversi contesti della comunicazione. Le lezioni frontali stimolano la partecipazione attiva degli studenti attraverso numerosi esempi e casi di studio.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA [url](#)

LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

PROFESSIONI DELL'EDITORIA [url](#)

Area linguistico-letteraria

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono conoscere e comprendere i temi della semantica e della pragmatica della comunicazione, la comunicazione letteraria italiana moderna e contemporanea, i fondamenti della scrittura creativa, gli strumenti per interpretare testi scritti di diverse tipologie, gli strumenti e le tecniche per la realizzazione di un prodotto professionale nell'ambito dell'editoria, la semiotica delle arti in relazione alle principali tradizioni italiane e internazionali, il rapporto fra documento filmico e conoscenza storica, le peculiarità del sistema radiotelevisivo italiano, le funzioni e gli usi della lingua inglese nell'ambito della comunicazione e i fondamenti di almeno un'ulteriore lingua (francese, spagnolo o tedesco).

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono saper mettere in pratica le competenze acquisite (su semantica e pragmatica della comunicazione, comunicazione letteraria, scrittura creativa, interpretazione di testi scritti, realizzazione di prodotti editoriali professionali, semiotica delle arti, cinema, radio e televisione, usi della lingua inglese per la comunicazione, fondamenti di altre lingue straniere, ecc.) nei diversi contesti della comunicazione. Le lezioni frontali stimolano la partecipazione attiva degli studenti attraverso numerosi esempi e casi di studio.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES [url](#)

LINGUA FRANCESE [url](#)

LINGUA SPAGNOLA [url](#)

LINGUA TEDESCA [url](#)

SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA [url](#)

STORIA E LINGUAGGI DELLA RADIO E DELLA TELEVISIONE [url](#)

Area economica

Conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono conoscere e comprendere la logica di base della scelta economica e i suoi effetti sull'efficienza di sistema, le conoscenze fondamentali del marketing e delle tecniche di comunicazione pubblicitaria e l'economia politica della sharing economy.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati in Comunicazione, Innovazione, Multimedialità devono saper mettere in pratica le competenze acquisite (su scelte economiche e loro effetti, marketing e comunicazione pubblicitaria, economia della sharing economy, ecc.) nei diversi contesti della comunicazione. Le lezioni frontali stimolano la partecipazione attiva degli studenti attraverso numerosi esempi e casi di studio.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE [url](#)

SHARING ECONOMY [url](#)

Autonomia di giudizio	<p>I laureati in 'Comunicazione, Innovazione, Multimedialità' devono avere la capacità di raccogliere ed interpretare in modo autonomo i dati e le informazioni - relativamente all'area della comunicazione contemporanea- ritenuti utili a determinare il proprio giudizio e la riflessione sui temi sociali, scientifici ed etici a essi connessi.</p> <p>Per ottenere questo obiettivo, già dal primo anno i docenti sono invitati a operare sinergicamente, ciascuno a partire dal proprio insegnamento, per far sviluppare le capacità di: (a) definire obiettivi e strategie, individuali e di gruppo, nello svolgimento dei compiti; (b) trarre conclusioni personali dagli insegnamenti impartiti e dai casi studiati; (c) cercare di approfondire in modo personale le nozioni ricevute tramite letture e materiali aggiuntivi.</p> <p>Per tale ragione la valutazione dei risultati in ogni insegnamento non si baserà soltanto sulla replicazione delle nozioni apprese, ma anche sulle modalità espressive e sul contributo personale. Ciò sarà rilevante, in particolare, in occasione della predisposizione di progetti e della stesura di saggi, tesine e presentazioni multimediali.</p>	
Abilità comunicative	<p>Per definizione, i laureati in 'Comunicazione, Innovazione, Multimedialità' devono acquisire significative abilità comunicative, così da poter trasmettere in modo efficace informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti. Tali abilità dovranno manifestarsi nelle diverse forme e modalità apprese nel corso degli studi: forma scritta, orale anche in pubblico, multimediale, articoli giornalistici, comunicati stampa, brochure.</p> <p>In particolare, le abilità comunicative dovranno potersi esprimere nelle direzioni che appaiono più consone alle attuali esigenze dei settori privato e pubblico, e segnatamente: (a) esigenza di coordinare i diversi metodi e canali tesi all'efficace raggiungimento dei target della comunicazione interna ed esterna (comunicazione integrata); (b) esigenza di progettare contenuti digitali da affiancare ai mezzi più tradizionali; (c) esigenza di gestire i rapporti con l'interno e l'esterno dell'impresa/istituzione da remoto.</p> <p>Benché tutti gli insegnamenti, in qualsiasi forma impartiti, siano coinvolti nell'obiettivo dell'acquisizione e valutazione delle abilità comunicative, un insieme di attività formative è orientato in particolare a tale scopo: si tratta principalmente delle attività ricomprese nell'area linguistica (p. es. tecniche di linguaggio e scrittura), in quella della deontologia/retorica (p. es. comunicazione in pubblico, impatto della comunicazione) e in quella economica (p. es. comunicazione pubblicitaria, diffusione delle informazioni economiche). Agli studenti è anche suggerito di selezionare, tra i crediti a libera scelta, un insegnamento tra quelli offerti nell'Ateneo nel campo delle competenze trasversali.</p>	
Capacità di		

apprendimento

I laureati in 'Comunicazione, innovazione, multimedialità' devono acquisire le capacità di apprendimento che saranno loro necessarie per intraprendere con un alto grado di autonomia non solo eventuali studi successivi, ma anche per affrontare percorsi lavorativi che richiedono di aggiornare continuamente le proprie conoscenze e competenze. In tal senso, la direzione di apprendimento 1 – Teorie e metodi assume particolare rilievo.

Per ottenere questo obiettivo, già dal primo anno i docenti sono invitati a operare sinergicamente, ciascuno a partire dal proprio insegnamento, per far sviluppare le capacità di (a) porsi domande ed essere attenti e curiosi e (b) approfondire la preparazione tramite materiali non forniti direttamente ma solo suggeriti dai docenti. Molte attività didattiche prevedono poi un autonomo lavoro (individuale e di gruppo) da parte degli studenti sotto forma di elaborati e progetti intermedi. D'altra parte, lo stage obbligatorio, assieme a eventuali esperienze Erasmus, contribuisce ad elevare ulteriormente il grado di responsabilizzazione.

Tali capacità vengono verificate ovviamente durante la prova finale, ma anche, nei casi di discussione di elaborati e progetti, durante gli esami e le prove in itinere dei singoli insegnamenti.



QUADRO A4.d

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

13/06/2022

In coerenza con gli obiettivi formativi del corso di laurea le attività affini e integrative, a cui è riservato un range di 18 - 27 CFU, consentono agli studenti di completare la loro preparazione approfondendo ulteriormente le tematiche già affrontate nell'ambito delle attività di base e caratterizzanti che riguardano il diritto privato, la comunicazione verbale e la comunicazione in ambito sociale, politico ed economico. I contenuti degli insegnamenti compresi nelle attività affini e integrative spaziano dal diritto d'autore alla disciplina della pubblicità, dall'oratoria classica alle moderne teorie di public speaking e dai problemi etico-giuridici della comunicazione nei mass-media tradizionali a quelli che caratterizzano i nuovi media, per un approfondimento di impronta multidisciplinare.



QUADRO A5.a

Caratteristiche della prova finale

20/11/2020

La prova finale, cui si accede dopo aver acquisito un numero di crediti che varia da 171 a 177 (e che consente l'acquisizione di altri crediti che variano da 3 a 9), consiste nei seguenti tre elementi:

- la stesura, sotto la guida di un docente, di un testo scritto in lingua italiana (o in lingua inglese);
- il relativo riassunto in lingua straniera (o, rispettivamente, italiana);
- una correlata presentazione multimediale.

La prova finale dovrà quindi consentire allo studente di comprovare la preparazione complessiva (contenuti, lingua, tecniche multimediali) acquisita al termine del corso di laurea. Sono valutate in particolare l'autonomia di analisi e giudizio mostrate nell'elaborato scritto, mentre il riassunto e la presentazione multimediale sono indicatori di capacità di trasmettere in modo sintetico ed efficace i principali risultati raggiunti.

La votazione di laurea (da un minimo di 66 punti a un massimo di 110, con eventuale lode) è assegnata da apposita commissione in seduta pubblica e tiene conto dell'intero percorso di studi dello studente. Le modalità di organizzazione della prova finale e di formazione della commissione ad essa preposta e i criteri di valutazione della prova stessa sono definiti dal Regolamento didattico del corso di laurea.



QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

27/05/2024

Il titolo di studio è conferito previo superamento di una prova finale volta a verificare il raggiungimento degli obiettivi formativi del corso di laurea.

La prova finale, a cui sono attribuiti 9 CFU, consiste nella discussione in seduta pubblica di fronte ad apposita Commissione costituita secondo le norme contenute nel Regolamento Didattico di Ateneo, di un elaborato individuale. La discussione si svolge in lingua italiana o in lingua inglese.

Tale elaborato deve essere corredato da: a) un breve riassunto del lavoro in lingua inglese della lunghezza massima di 2.000 caratteri; b) una presentazione multimediale.

L'elaborato potrà essere redatto in una delle seguenti lingue straniere: francese, inglese, tedesco o spagnolo. A tal fine è necessario rispettare le seguenti condizioni:

- che ci sia l'autorizzazione del docente tutore o del relatore;
- che sia allegato alla tesi un "abstract" in lingua italiana e inglese che sintetizzi il contenuto del testo;
- che il titolo venga redatto nella doppia lingua, straniera e italiana.

Il Direttore del Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali dell'Università di Pavia nomina, su proposta del Presidente del Consiglio didattico, e a norma di quanto disposto all'art. 42 del Regolamento di Ateneo, le Commissioni giudicatrici per il conferimento dei titoli di studio. Le Commissioni sono composte da tre membri, almeno due dei quali scelti tra i professori o ricercatori di ruolo, responsabili di insegnamenti o moduli di insegnamenti impartiti nel corso di studio di cui il Dipartimento è responsabile. Il Presidente della Commissione giudicatrice è di norma il professore di prima o di seconda fascia con la maggiore anzianità di ruolo. Il Presidente garantisce la piena regolarità dello svolgimento della prova e l'aderenza delle valutazioni conclusive ai criteri generali stabiliti dagli organi preposti al Corso di laurea. Il Presidente designa, tra i componenti di ruolo della Commissione, il segretario incaricato della verbalizzazione.

Per essere ammesso a sostenere la prova finale lo studente deve:

- a) essere in regola con il versamento delle tasse e dei contributi dovuti per tutti gli anni di permanenza presso l'Università degli Studi di Pavia;
- b) avere acquisito i crediti universitari previsti dall'ordinamento del corso di laurea;
- c) avere presentato apposita domanda, nei modi e termini stabiliti dai competenti uffici dell'Ateneo. Si rimanda a tal fine alle informazioni pubblicate sul sito istituzionale del Corso di laurea, sezione "lauree", all'indirizzo <https://cim.cdil.unipv.it/it/laurearsi/calendario-sedute-di-laurea>

Per la prova finale, lo studente / la studentessa può scegliere tra due modelli di elaborato.

Il primo modello consiste di un testo, di almeno 60.000 caratteri (spazi esclusi), redatto sotto la guida di un docente di uno degli insegnamenti inseriti dallo studente nel suo piano di studi, o comunque un componente del Consiglio didattico del Corso di Studi CIM (relatore), che tratti un argomento, concordato col relatore almeno tre mesi prima della data prevista della sessione di laurea scelto nell'ambito di un settore scientifico disciplinare nel quale lo studente ha sostenuto almeno un esame e che ne riveli la capacità di ricerca autonoma, la maturità metodologica e di giudizio, la conoscenza della materia.

Nella domanda di Laurea può essere eventualmente indicato un correlatore, su suggerimento del relatore. Questo ruolo può essere svolto anche da una persona esterna al corpo docente dell'Università, che abbia avuto una parte importante nelle attività che hanno portato alla stesura dell'elaborato.

Lo studente deve fornire una copia dell'elaborato, in formato elettronico al relatore e all'eventuale correlatore almeno 20 giorni prima della data prevista per la discussione.

Lo studente, al fine della pubblicazione della sua tesi nell'OPAC di Ateneo o comunque al fine di rendere consultabile il suo elaborato da terzi, deve prestare il suo consenso durante la compilazione on line della domanda di laurea.

Il secondo modello consiste di una relazione scritta ragionata e documentata su un'attività formativa cui lo studente / la studentessa ha partecipato indicata dal Consiglio didattico e svolta sotto la supervisione di un docente del Corso di laurea. Tale relazione, di almeno 10.000 caratteri (spazi esclusi), è redatta valendosi dell'assistenza di un docente del Corso o del responsabile dell'attività formativa, in qualità di tutore. La relazione può essere scritta in lingua inglese.

È dovere degli studenti rispettare rigorosamente le norme che disciplinano la proprietà intellettuale: senza pregiudizio per le ulteriori sanzioni di legge, il plagio è perseguito dalla comunità accademica. A tal fine si rimanda a quanto previsto nel Regolamento Carriere Studentesche e nel Codice etico.

Il calendario delle sessioni di laurea per l'intero anno accademico, nonché le scadenze per la presentazione dei documenti e degli elaborati alla U.O.C. gestione carriere studenti, servizio offerta formativa e carriere studenti, sono determinati annualmente dal Consiglio Didattico, e successivamente pubblicate sul sito web istituzionale del Corso di laurea, con un anticipo di almeno 6 mesi rispetto alla prima sessione di laurea utile, all'indirizzo:

<https://cim.cdl.unipv.it/it/laurearsi/calendario-sedute-di-laurea>

La prova finale è valutata in centodecimi. Il voto finale è espresso collegialmente. La valutazione è considerata sufficiente a partire da un punteggio minimo di 66/110. In caso di raggiungimento del punteggio massimo di 110/110, l'eventuale attribuzione della lode è subordinata alla effettiva rilevanza dei risultati raggiunti dal candidato, secondo la valutazione unanime della Commissione. Inoltre:

Il punteggio di ingresso del candidato è dato dalla media ponderata dei voti degli esami sostenuti, moltiplicata per 11, il tutto diviso per 3. In aggiunta alla media dei voti degli esami di profitto è altresì prevista: l'assegnazione di 2 punti nel caso di partecipazione alla prova finale senza che il candidato sia divenuto ripetente; l'assegnazione di 0,3 punti per ogni lode ottenuta nel corso degli studi.

La media degli esami non viene arrotondata né per difetto, né per eccesso: l'arrotondamento avverrà, in seguito, sul voto della prova finale.

Sono assegnati 1 o 2 punti a seguito di una prova finale valutata come sufficiente; 3 o 4 punti per una prova finale buona; 5 punti per una prova finale ottima. È possibile assegnare un punteggio maggiore di 5 punti, e sino ad un massimo di 7, in caso di una prova finale di indiscutibile pregio, originale e redatta con eccellente qualità di scrittura. Questa eventualità, tuttavia, è subordinata alla preventiva presentazione di una richiesta scritta e motivata da parte del relatore e di un conforme parere scritto da parte di un ulteriore docente individuato dal Presidente del CdS. Tale proposta deve pervenire al Presidente del Corso di laurea ed al Presidente della Commissione di laurea con almeno dieci giorni di anticipo rispetto al giorno di discussione della tesi di laurea.

Potrà essere assegnato, su indicazione unanime della commissione, 1 punto nel caso che il candidato svolga una presentazione efficace dal punto di vista comunicativo, preferibilmente in lingua inglese e mediante supporto multimediale di elevata qualità.

Link: <http://>



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Link: <https://cim.cdl.unipv.it/it/studiare/regolamento-didattico>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://cim.cdl.unipv.it/it/studiare/orario-delle-lezioni>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://cim.cdl.unipv.it/it/studiare/calendario-esami>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://cim.cdl.unipv.it/it/laurearsi/calendario-sessioni-di-laurea>

▶ 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.	SPS/04	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE POLITICA link	CHIAPPONI FLAVIO	RU	9	60	
2.	L-	Anno	COMUNICAZIONE VERBALE E	JEZEK	PA	9	40	

	LIN/01	di corso 1	LINGUAGGIO DEI MEDIA link	ELISABETTA					
3.	L- LIN/01	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA link			9	20		
4.	ING- INF/05	Anno di corso 1	DIGITAL MEDIA link			9	60		
5.	IUS/01	Anno di corso 1	DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE link	TUCCARI EMANUELE CV	RD	6	40		
6.	L- LIN/12	Anno di corso 1	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES link	GHIA ELISA CV	RD	9	60		
7.	L- LIN/12	Anno di corso 1	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES link	MC INTIRE AMY MARIE		9	60		
8.	INF/01	Anno di corso 1	OBBLIGHI FORMATIVI AGGIUNTIVI NEL SSD INF/01 link			0			
9.	L- LIN/12	Anno di corso 1	OBBLIGHI FORMATIVI AGGIUNTIVI NEL SSD L-LIN/12 link			0			
10.	IUS/18	Anno di corso 1	PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA link	MAININO GIANLUCA CARLO JACOPO CV	PA	9	60		
11.	SPS/09	Anno di corso 1	SOCIETA', ECONOMIA E COMUNICAZIONE link	ROSTAN MICHELE CV	PO	9	60		
12.	SECS- P/01	Anno di corso 2	ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE link			6			
13.	IUS/20	Anno di corso 2	ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE link			6			

14.	SPS/07	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE link	9
15.	L- LIN/04	Anno di corso 2	LINGUA FRANCESE link	9
16.	L- LIN/07	Anno di corso 2	LINGUA SPAGNOLA link	9
17.	L- LIN/14	Anno di corso 2	LINGUA TEDESCA link	9
18.	L-FIL- LET/12	Anno di corso 2	MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA link	6
19.	SPS/04	Anno di corso 2	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS link	12
20.	ING- INF/05	Anno di corso 2	WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES link	9
21.	SPS/08	Anno di corso 3	BIG DATA E ALGORITMI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO: CONOSCENZA, INFORMAZIONE, POTERE link	6
22.	FIS/08	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA link	6
23.	ING- INF/05	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE link	9
24.	IUS/04	Anno di corso 3	DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' link	6
25.	IUS/14	Anno di	DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE link	6

		corso 3		
26.	ING- INF/05	Anno di corso 3	ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE link	6
27.	SPS/08 M- FIL/05	Anno di corso 3	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI link	12
28.	SECS- P/08	Anno di corso 3	MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA link	9
29.	SPS/08	Anno di corso 3	MODULO 1 SOCIETA', CONSUMI E NUOVI MEDIA (<i>modulo di</i> <i>LABORATORIO DI COMUNICAZIONE</i> <i>E STUDI CULTURALI</i>) link	6
30.	M- FIL/05	Anno di corso 3	MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (<i>modulo di</i> <i>LABORATORIO DI COMUNICAZIONE</i> <i>E STUDI CULTURALI</i>) link	6
31.	NN	Anno di corso 3	MODULO INTEGRATIVO STAGE link	6
32.	L-FIL- LET/11	Anno di corso 3	PROFESSIONI DELL'EDITORIA link	6
33.	M- FIL/05	Anno di corso 3	SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA link	6
34.	SECS- P/01	Anno di corso 3	SHARING ECONOMY link	6
35.	NN	Anno di corso 3	STAGE link	6
36.	L- ART/06	Anno di corso 3	STORIA E LINGUAGGI DELLA RADIO E DELLA TELEVISIONE link	6

▶ QUADRO B4 | Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B4 | Sale Studio

Descrizione link: Sale studio di Ateneo

Link inserito: <http://siba.unipv.it/SaleStudio/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B4 | Biblioteche

Descrizione link: Descrizione del Sistema bibliotecario di Ateneo

Link inserito: <http://siba.unipv.it/SaleStudio/biblioteche.pdf>

▶ QUADRO B5 | Orientamento in ingresso

L'orientamento pre-universitario riguarda tutte quelle attività, soprattutto di informazione, utili alla scelta del corso di laurea di primo livello (laurea triennale) o a ciclo unico (laurea magistrale). 28/05/2024

A questo riguardo il Centro Orientamento dell'Università di Pavia mette a disposizione degli utenti uno sportello informativo aperto al pubblico nei seguenti giorni e orari: martedì-giovedì-venerdì dalle ore 9.30 alle 12.30 e lunedì-mercoledì dalle ore 14.30 alle ore 16.30.

Gli utenti possono richiedere informazioni negli orari di apertura recandosi direttamente allo sportello (modalità front office) o per telefono. È inoltre garantito il servizio anche agli utenti che richiedono informazioni per posta elettronica.

Il C.OR., inoltre, mette a disposizione degli studenti, presso la sala consultazione adiacente allo sportello, quattro postazioni PC per ricerche e consultazione documenti inerenti il mondo accademico.

L'attività di orientamento alla scelta universitaria si svolge attraverso l'organizzazione di varie iniziative:

Consulenza individuale: i colloqui di orientamento sono rivolti a coloro che devono progettare o ri-progettare il proprio percorso formativo e rappresentano per gli studenti l'occasione di incontrare, previa prenotazione, una psicologa dell'orientamento che opera presso il Centro.

Counseling: il servizio fa riferimento a momenti di supporto non clinico di determinate dinamiche ostacolanti il proseguimento degli studi. Le principali difficoltà riportate riguardano periodi di depressione (clinicamente certificabili e in remissione) che portano lo studente a non riuscire a riprendere il ritmo di studio e a ritrovare la motivazione per costruirsi un obiettivo che, a volte, non viene più riconosciuto come proprio.

Materiale informativo: il Centro Orientamento per l'illustrazione dell'offerta formativa di Ateneo, in occasione dei numerosi incontri con le potenziali matricole, si avvale di strumenti informativi cartacei. I contenuti di tali materiali vengono redatti ed annualmente aggiornati in stretta collaborazione con i docenti dei Corsi di Studio. Queste brochures contengono i tratti salienti e distintivi del Corso di Laurea, compresi requisiti di accesso e sbocchi professionali.

Incontri di Area: nei primi mesi dell'anno (solitamente febbraio) si tengono giornate di presentazione dell'offerta formativa dell'Ateneo rivolte, in modo particolare, agli studenti del penultimo anno della Scuola Secondaria Superiore. Gli Incontri vengono suddivisi in differenti giornate in base all'afferenza del Corso di Studio ad una specifica area.

Incontri di presentazione dell'offerta formativa e dei servizi e Saloni dello studente: l'obiettivo degli incontri di presentazione e dei saloni di orientamento è di informare il maggior numero di studenti delle Scuole Superiori circa le opportunità di studio e i servizi offerti dal sistema universitario pavese con un grado di approfondimento sul singolo Corso di Laurea. Gli incontri possono tenersi presso la sede scolastica interessata o, in alternativa, presso la sede dell'Ateneo organizzando anche visite guidate alle strutture didattiche e di ricerca. L'Università di Pavia, tramite il Centro Orientamento Universitario, partecipa anche ai Saloni dello Studente organizzati da agenzie dedicate a tali attività con appuntamenti in tutto il territorio nazionale. In queste occasioni non solo si assicura la presenza allo stand, sempre molto frequentato, ma si realizzano momenti di approfondimento e presentazione dell'offerta formativa dei Corsi di studio.

Conferenze tematiche: i docenti della Scuola Secondaria Superiore, al fine di sollecitare gli interessi dei propri studenti su temi d'attualità, possono richiedere l'intervento di docenti universitari che trattano, in maniera approfondita, temi specifici che possono riguardare aspetti politico/sociali, economici della nostra società. Questa opportunità viene offerta gratuitamente alle scuole che ne fanno richiesta. Sul sito web Orienta è possibile consultare l'elenco delle conferenze disponibili.

Settimane di preparazione ai test di accesso e ai test TOLC: nel periodo Febbraio - Marzo vengono organizzate incontri formativi (cinque o sei pomeriggi per singola materia) con l'intento di aiutare gli studenti dell'ultimo anno delle Scuole Superiori a prendere consapevolezza del proprio livello di preparazione in previsione dell'accesso ai Corsi universitari.

Open Day: sono manifestazioni organizzate per offrire l'occasione agli studenti interessati di conoscere le strutture, i laboratori e i servizi a loro disposizione una volta immatricolati a Pavia.

Di particolare rilievo è l'evento di luglio: 'Porte Aperte all'Università'. Si tratta del momento conclusivo dell'intero percorso di orientamento ed è la giornata in cui docenti e tutor accolgono, in modo informale sotto i portici dell'Ateneo centrale, gli studenti interessati a conoscere l'offerta formativa e di servizi dell'Ateneo. Gli studenti neo maturi, o coloro che dovranno affrontare ancora l'ultimo anno di scuola, hanno l'opportunità di conoscere il Corso di laurea illustrato direttamente dai docenti che vi insegnano e dai tutor che spesso sono ancora studenti, neo laureati o dottorandi e che quindi conoscono profondamente, perché l'hanno appena vissuta, la realtà che stanno descrivendo. Inoltre, proprio durante questo evento è possibile incontrare, in un unico spazio espositivo, il personale impegnato in tutti i servizi che, a vario titolo, supportano il percorso accademico. Infine nel pomeriggio si svolgono visite ai collegi universitari e alle strutture di servizio dell'Ateneo, agli impianti sportivi ed ai musei, organizzate in differenti percorsi.

Stage estivi di orientamento: durante il periodo estivo alcuni studenti del penultimo anno delle scuole superiori possono vivere un'esperienza formativa in Università con l'obiettivo di approfondire aspetti teorici e pratici del possibile percorso universitario.

Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento: l'Università di Pavia, per mezzo del COR, in risposta a quanto richiesto dalla Legge 107/2015, ha attivato una serie di percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento a cui lo studente può partecipare.

Tutti i servizi e le attività di cui sopra sono descritte nelle pagine web dedicate alla scelta sul sito Orienta e sul sito <http://cim.unipv.eu/>.

Descrizione link: Orienta UniPv

Link inserito: <https://orienta.unipv.it/scegli-unipv>



QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

17/05/2024

L'orientamento intra-universitario si realizza attraverso incontri con le matricole (allo scopo di presentare in modo dettagliato, le peculiarità del Corso e l'organizzazione della didattica), corsi propedeutici trasversali, incontri con docenti per la stesura dei piani di studio e consulenze per cambi di corso; al Centro orientamento è demandata la promozione di tali incontri, la realizzazione di consulenze per problemi di apprendimento, consulenze psicologiche di ri-orientamento. Il Centro orientamento, inoltre, si occupa della realizzazione di Corsi sui metodi di studio e della gestione amministrativa delle attività di tutorato e della realizzazione di corsi di formazione per i neo tutor (on-line). Gli aspetti legati ai contenuti dei bandi e delle selezioni vengono seguiti da apposita commissione paritetica a livello di Dipartimento.

Il COR, attraverso apposito applicativo, si occupa anche di monitorare la frequenza e quindi la fruizione del servizio di tutorato.

Il tutorato racchiude un insieme eterogeneo di azioni che hanno il compito di supportare lo studente, nel momento dell'ingresso all'Università, durante la vita accademica e alle soglie della Laurea in vista dell'inserimento lavorativo, implementando le risorse disponibili per il fronteggiamento delle possibili difficoltà in ciascuna fase del processo formativo. Il tutoraggio non si sostanzia in ripetizioni delle lezioni tenute dai docenti, ma diventa occasione di integrazione dei corsi tradizionali, realizzazione di spazi per coloro che necessitano di una didattica o momenti di relazione maggiormente personalizzati e partecipativi.

Le attività di tutorato, sono principalmente di tre tipi. Il tutorato di tipo informativo è finalizzato ad orientare gli studenti sulla scelta dell'indirizzo, orari, programmi e stesura del piano di studi; quello di tipo cognitivo si articola in diverse attività quali esercitazioni, seminari, didattica interattiva in piccoli gruppi, corsi zero per avvicinarsi a materie nuove o particolarmente difficili. Da ultimo il tutorato psicologico supporta gli studenti con problemi relazionali o di apprendimento e offre servizi di counseling individuale o di gruppo: per questa ragione viene realizzato dal Centro orientamento al cui interno sono presenti le competenze richieste per lo svolgimento di tale specifica attività.

L'obiettivo principale che il Centro Orientamento si pone è quello di garantire assistenza e supporto agli studenti durante tutte le fasi della carriera universitaria. Gli utenti possono richiedere informazioni telefonando allo sportello informativo appositamente messo a disposizione nei seguenti giorni e orari: martedì-giovedì-venerdì dalle ore 9.30 alle 12.30 e lunedì-mercoledì dalle ore 14.30 alle ore 16.30. E' altresì possibile recarsi direttamente allo sportello il martedì dalle ore 14.30 alle ore 16.30.

È inoltre garantito il servizio anche a coloro che richiedono informazioni per posta elettronica. Sono a disposizione degli studenti, presso la sala consultazione adiacente allo sportello, tre postazioni PC per ricerche e consultazione documenti inerenti il mondo accademico.

Il Centro Orientamento si occupa anche di una serie di altri servizi che contribuiscono al benessere dello studente per una piena e partecipata vita accademica (collaborazioni part-time, iniziative culturali Acersat...).

Tutti i servizi e le attività di cui sopra sono descritte nelle pagine web dedicate all'orientamento in itinere del Centro orientamento e sul sito del Dipartimento di afferenza.

I progetti di tutorato a supporto del presente Corso di Laurea, per l'anno accademico 2024/2025, sono visibili alla pagina web di seguito indicata.

I nominativi degli studenti tutor saranno disponibili sul sito del COR al termine delle procedure selettive.

Link inserito: <https://orienta.unipv.it/progetti-di-tutorato-anno-accademico-2024-2025>

▶ QUADRO B5

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

L'Università degli Studi di Pavia promuove tirocini formativi e d'orientamento pratico a favore di studenti universitari e di neolaureati da non oltre dodici mesi, al fine di realizzare momenti di alternanza tra periodi di studio e di lavoro nell'ambito dei processi formativi e di agevolare le scelte professionali mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro. I Dipartimenti, in collaborazione con le Segreterie Studenti, gestiscono i tirocini curriculari per gli studenti al fine di realizzare delle occasioni formative qualificanti e con una diretta pertinenza agli obiettivi formativi dello specifico corso di laurea.

Il processo di convenzionamento tra Ateneo ed aziende/enti che ospiteranno tirocinanti è seguito dal Centro Orientamento.

Inoltre, il Centro Orientamento Universitario cura le relazioni con tutti gli attori coinvolti nell'attivazione di un tirocinio extra-curriculare per i laureati e ne gestisce l'intera procedura amministrativa.

Un tutor universitario garantisce il supporto al singolo studente e lo svolgimento di una esperienza congruente con il percorso di studi. Sono attivi progetti specifici con borse di studio e project work attivati in collaborazione con enti diversi e/o finanziamenti.

Il corso di laurea prevede per lo studente un tirocinio obbligatorio (6cfu). Inoltre, lo studente ha la possibilità di svolgere un ulteriore tirocinio, ottenendo così altri Crediti Formativi Universitari (CFU) compresi nei crediti per il conseguimento del titolo.

Link inserito: <http://>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

i

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.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Nessun Ateneo

22/05/2024

L'attività di orientamento al lavoro e di placement (incontro domanda/offerta) si realizza attraverso una molteplicità di azioni e servizi con un mix fra strumenti on line e off line, azioni collettive e trasversali e iniziative ad hoc per target specifici, attività informative, formative e di laboratorio, servizi specialistici individuali e di consulenza. Tutte azioni e iniziative che coinvolgono sia studenti che neolaureati.

Una particolare attenzione è posta all'utilizzo del WEB e dei relativi STRUMENTI ON LINE come canale per mantenere un contatto con gli studenti in uscita dal sistema universitario e i laureati e per orientare le loro scelte professionali.

L'Università, attraverso il C.OR., organizza anche occasioni DI INCONTRO DIRETTO CON LE AZIENDE E I DIVERSI INTERLOCUTORI DEL MERCATO DEL LAVORO. All'interno degli spazi universitari sono organizzati meeting e appuntamenti che consentono a studenti e laureati di aver un confronto diretto con rappresentanti di aziende/enti. Si possono distinguere diverse tipologie di incontri di orientamento al lavoro:

dal career day di Ateneo a seminari e incontri su specifici profili professionali e su segmenti specifici del mercato del lavoro. Al di là delle opportunità di incontro e conoscenza degli attori del mercato del lavoro, durante il percorso di studi lo studente può fare esperienze che possono aiutarlo a orientare il proprio percorso di studi e a iniziare a costruire la propria carriera. TIROCINI curriculari ed extracurriculari costituiscono la modalità più concreta per incominciare a fare esperienza e indirizzare le proprie scelte professionali.

Il Centro Orientamento, che gestisce i tirocini extracurriculari e il processo di convenzionamento ateneo/ente ospitante per tutti i tipi di tirocinio, è il punto di riferimento per studenti/laureati, aziende/enti ospitanti e docenti per l'attivazione e la gestione del tirocinio.

Sono disponibili STRUMENTI diretti di PLACEMENT di INCONTRO DOMANDA/OFFERTA gestiti dal C.OR. che rappresentano il canale principale per realizzare il matching tra le aziende/enti che hanno opportunità di inserimento e studenti e laureati che desiderano muovere i primi passi nel mercato del lavoro. Una BANCA DATI contenente i CURRICULA di studenti e laureati dell'Ateneo e una BACHECA DI ANNUNCI CON LE OFFERTE di lavoro, stage e tirocinio.

SERVIZI DI CONSULENZA SPECIALISTICA INDIVIDUALE di supporto allo sviluppo di un progetto professionale sono offerti previo appuntamento. Queste attività svolte one-to-one rappresentano lo strumento più efficace e mirato per accompagnare ciascuno studente verso le prime mete occupazionali. Oltre alla consulenza per la ricerca attiva del lavoro è offerto un servizio di CV check, un supporto ad personam per rendere efficace il proprio Curriculum da presentare ai diversi interlocutori del mercato del lavoro.

Link inserito: <http://>

Il Corso di Studio ha a disposizione un ufficio stage dedicato ai propri studenti e gestito con la collaborazione del personale TA e di tirocinanti e tutor con l'obiettivo di curare l'interazione tra gli studenti, l'Università e le aziende, al fine di garantire stage interessanti e diversificati a seconda degli interessi.

Funzione primaria dell'Ufficio è l'assistenza agli studenti: capirne le esigenze, indirizzarli alle aziende/enti adeguati e affiancarli nella compilazione della modulistica necessaria all'avviamento dei tirocini.

27/05/2024

Link inserito: <https://sisvalidat.it/AT-UNIPV/AA-2023/T-0/DEFAULT>

27/05/2024

Link inserito: <http://www-aq.unipv.it/homepage/dati-statistici/cruscotto-indicatori-sui-processi-primari/dati-almalaurea/dipartimento-di-scienze-politiche-e-sociali/>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

27/05/2024

Link inserito: <http://www-aq.unipv.it/homepage/dati-statistici/>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

27/05/2024

Link inserito: <http://www-aq.unipv.it/homepage/dati-statistici/>

▶ QUADRO C3

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

27/05/2024

La raccolta delle opinioni di enti e imprese è attualmente effettuata dal corso di studio nell'ambito delle interazioni con i propri stakeholders.

L'avvio di un'indagine sistematica di Ateneo, mirata a rilevare le opinioni degli enti e delle aziende che hanno ospitato uno studente per stage o tirocinio, è stata inserita nell'ambito del modulo di gestione dei tirocini di Almalaurea al fine di avere valutazioni anche di tipo comparativo.

I questionari di valutazione di fine tirocinio sono stati standardizzati, con conseguente raccolta dei dati. Il data-set verrà analizzato sulla base delle indicazioni della Governance di Ateneo.



▶ QUADRO D1

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

23/05/2024

Nel file allegato viene riportata una descrizione della struttura organizzativa e delle responsabilità a livello di Ateneo, sia con riferimento all'organizzazione degli Organi di Governo e delle responsabilità politiche, sia con riferimento all'organizzazione gestionale e amministrativa.

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

30/05/2023

Le azioni di ordinaria gestione e di Assicurazione della Qualità del CdS sono svolte dal Gruppo di gestione della qualità che assume, inoltre, il compito di Gruppo di riesame e, pertanto, redige la scheda di monitoraggio annuale e il rapporto di riesame ciclico. Al gruppo sono attribuiti compiti di vigilanza, la promozione della politica della qualità a livello del CdS, l'individuazione delle necessarie azioni correttive e la verifica della loro attuazione. Il gruppo effettua le attività periodiche di monitoraggio dei risultati dei questionari di valutazione della didattica; procede alla discussione delle eventuali criticità segnalate, pianifica le possibili azioni correttive e ne segue la realizzazione. Il Gruppo inoltre valuta gli indicatori di rendimento degli studenti (CFU acquisiti, tempi di laurea, tassi di abbandono, analisi per coorti) e degli esiti occupazionali dei laureati, nonché l'attrattività complessiva del CdS. Il gruppo coordina inoltre la compilazione della scheda SUA-CdS.

Al referente del CdS spetta il compito di seguire la progettazione, lo svolgimento e la verifica (Monitoraggio annuale e Riesame ciclico) dell'intero corso; egli è garante dell'Assicurazione della Qualità del CdS a livello periferico.

Il Gruppo di Gestione della Qualità del Corso di Studio, con compiti anche di Gruppo del Riesame, è composto da:

- Il Responsabile del corso di Studio
- uno o più Docenti del Corso di Studio
- un Rappresentante degli studenti
- un rappresentante del personale tecnico-amministrativo

Link inserito: <http://>

▶ QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

30/05/2023

Il Gruppo di Gestione della Qualità viene convocato con frequenza tendenzialmente bimestrale. Il Responsabile del CdS lavora a stretto contatto telematico e in costante consultazione e collaborazione con il Coordinatore dell'Area giuridica - politica - economica.

Il monitoraggio dei questionari di valutazione della didattica è effettuato al termine di ogni semestre, in modo da disporre di dati statisticamente attendibili e da poterne ricavare indicazioni utili per l'organizzazione del nuovo anno accademico.

I dati aggregati dei questionari del Corso di Studio e quelli specifici di singoli insegnamenti vengono analizzati al fine di sollecitare i docenti interessati a fornire risposte adeguate alle criticità eventualmente individuate.

L'attenta consultazione di tutti i dati statistici disponibili permette di verificare l'efficacia delle azioni correttive.

Link inserito: <http://>



QUADRO D4

Riesame annuale

30/05/2023

Annualmente, entro le scadenze indicate da ANVUR, il Gruppo di Riesame provvede alla redazione della Scheda di Monitoraggio Annuale. Si tratta di un modello predefinito dall'ANVUR all'interno del quale vengono presentati gli indicatori sulle carriere degli studenti e altri indicatori quantitativi di monitoraggio che il CdS deve commentare in maniera sintetica.

Gli indicatori sono proposti al CdS allo scopo principale di indurre una riflessione sul grado di raggiungimento dei propri obiettivi specifici. Pertanto, il CdS dovrà riconoscere, fra quelli proposti, gli indicatori più significativi in relazione al proprio carattere e ai propri obiettivi specifici. Il CdS potrà autonomamente confrontarsi ed essere confrontato con i corsi della stessa Classe di Laurea e tipologia (Triennale, Magistrale, Magistrale a Ciclo Unico, ecc.) e dello stesso ambito geografico, al fine di rilevare tanto le proprie potenzialità quanto i casi di forte scostamento dalle medie nazionali o macroregionali relative alla classe omogenea, e di pervenire, attraverso anche altri elementi di analisi, al riconoscimento dei casi critici.

Infine, oltre alla Scheda di Monitoraggio Annuale, è prevista un'attività di riesame sul medio periodo (3-5 anni), riguardante l'attualità della domanda di formazione, l'adeguatezza del percorso formativo alle caratteristiche e alle competenze richieste al profilo professionale che s'intende formare, l'efficacia del sistema di gestione del CdS. Il Rapporto di Riesame ciclico deve quindi essere finalizzato a mettere in luce principalmente la permanenza della validità degli obiettivi di formazione e del sistema di gestione utilizzato dal Corso di Studio per conseguirli.

Link inserito: <http://>



QUADRO D5

Progettazione del CdS



QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PAVIA
Nome del corso in italiano	Comunicazione, innovazione, multimedialità
Nome del corso in inglese	Communication, Innovation, Multimedia
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://cim.cdl.unipv.it/
Tasse	https://portale.unipv.it/it/didattica/corsi-di-laurea/contribuzione-universitaria
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo R²D



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

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

Non sono presenti atenei in convenzione

Docenti di altre Università

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	ROSTAN Michele
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	CONSIGLIO DIDATTICO DEI CDS IN COMUNICAZIONE
Struttura didattica di riferimento	SCIENZE POLITICHE E SOCIALI (Dipartimento Legge 240)
Altri dipartimenti	SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI GIURISPRUDENZA STUDI UMANISTICI INGEGNERIA INDUSTRIALE E DELL'INFORMAZIONE

Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	CHPFLV73R24C261T	CHIAPPONI	Flavio	SPS/04	14/A2	RU	1	
2.	CBNVTR63S28G702B	COBIANCHI	Vittorio	SPS/04	14/A	ID	1	
3.	GHILSE82S65D969P	GHIA	Elisa	L-LIN/12	10/L	RD	1	
4.	MDNMHL74T28G482J	MADONNA	Michele	IUS/11	12/C2	PO	1	
5.	MNNGLC66A28F205Z	MAININO	Gianluca Carlo Jacopo	IUS/18	12/H1	PA	1	
6.	NCLMCL79T58F205L	NICOLINI	Marcella Giovanna Maria	SECS-P/02	13/A2	PA	1	

7.	PMOVTR58D15G388E	POMA	Vittorio	M-STO/04	11/A3	RU	1
8.	PRTMRC70D23E617W	PORTA	Marco	ING- INF/05	09/H1	PO	1
9.	RSTMHL60P02F205W	ROSTAN	Michele	SPS/09	14/D1	PO	1
10.	VLPMRK77E22E648G	VOLPI	Mirko	L-FIL- LET/12	10/F3	PA	1

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Comunicazione, innovazione, multimedialità

▶ Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
ROTTOLI	CHIARA		
GAZZIN	FEDERICA		
RISIMINI	MASSIMILIANO		
MAZZITELLI	FRANCESCA		
MAGALHAES LARA	RAFAEL VICTOR		
GIORGI	OLIVIERO		
TAMBONE	LEONARDO		
FARRELL	MASSIMILIANO PATRICK		
RABBORDI	SERENA		
FAZELI KHALILI	AVA		
GANDINI	LUCA		
DINOUI	MARA ELENA		
BUZZI	ROBERTO		

▶ Gruppo di gestione AQ

--	--

COGNOME	NOME
Conz	Elisa
Poma	Vittorio
Rostan	Michele
Rottoli	Chiara
Scovenna	Daniela
Tuccari	Emanuele



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
NICOLINI	Marcella Giovanna Maria		Docente di ruolo
CALIANDRO	Alessandro		Docente di ruolo
LEGNANTE	Guido		Docente di ruolo
CONZ	Elisa		Docente di ruolo
MADONNA	Michele		Docente di ruolo
ROSTAN	Michele		Docente di ruolo
JEZEK	Elisabetta		Docente di ruolo
TUCCARI	Emanuele		Docente di ruolo
HUANG	WENWEN		Docente non di ruolo
PORTA	Marco		Docente di ruolo
MAININO	Gianluca Carlo Jacopo		Docente di ruolo
DI VINCENZO	Dilia		Docente non di ruolo
VOLPI	Mirko		Docente di ruolo
GHIA	Elisa		Docente di ruolo



Programmazione degli accessi



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	Si - Posti: 305

Requisiti per la programmazione locale

La programmazione locale è stata deliberata su proposta della struttura di riferimento del: 28/11/2023

- Sono presenti sistemi informatici e tecnologici
- Sono presenti posti di studio personalizzati
- E' obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo

Sedi del Corso

Sede del corso: Strada Nuova n. 65 - 27100 Pavia - PAVIA

Data di inizio dell'attività didattica	02/10/2024
Studenti previsti	305

Eventuali Curriculum

Non sono previsti curricula

Sede di riferimento Docenti, Figure Specialistiche e Tutor

Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
POMA	Vittorio	PMOVTR58D15G388E	PAVIA
COBIANCHI	Vittorio	CBNVTR63S28G702B	PAVIA
MAININO	Gianluca Carlo Jacopo	MNNGLC66A28F205Z	PAVIA
PORTA	Marco	PRTMRC70D23E617W	PAVIA

MADONNA	Michele	MDNMHL74T28G482J	PAVIA
GHIA	Elisa	GHILSE82S65D969P	PAVIA
NICOLINI	Marcella Giovanna Maria	NCLMCL79T58F205L	PAVIA
ROSTAN	Michele	RSTMHL60P02F205W	PAVIA
VOLPI	Mirko	VLPMRK77E22E648G	PAVIA
CHIAPPONI	Flavio	CHPFLV73R24C261T	PAVIA

Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
NICOLINI	Marcella Giovanna Maria	PAVIA
CALIANDRO	Alessandro	PAVIA
LEGNANTE	Guido	PAVIA
CONZ	Elisa	PAVIA
MADONNA	Michele	PAVIA
ROSTAN	Michele	PAVIA
JEZEK	Elisabetta	PAVIA
TUCCARI	Emanuele	PAVIA
HUANG	WENWEN	PAVIA
PORTA	Marco	PAVIA
MAININO	Gianluca Carlo Jacopo	PAVIA
DI VINCENZO	Dilia	PAVIA
VOLPI	Mirko	PAVIA
GHIA	Elisa	PAVIA



Altre Informazioni



Codice interno all'ateneo del corso	3240000PV
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Numero del gruppo di affinità	1



Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica	01/04/2021
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	12/04/2021
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	05/02/2020 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Nell'esame della proposta di istituzione della laurea in Comunicazione, innovazione, multimedialità, il NuV ha valutato  corretta progettazione del corso, l'adeguatezza e compatibilità con le risorse e l'apporto in termini di qualificazione dell'offerta formativa. Sono stati considerati i seguenti aspetti: individuazione delle esigenze formative; definizione delle prospettive; definizione degli obiettivi di apprendimento; significatività della domanda di formazione; analisi e previsioni di occupabilità; qualificazione della docenza; politiche di accesso.

È stata anche valutata l'attività pregressa in relazione a: tipologia degli iscritti, immatricolazioni, analisi delle coorti, tempi di laurea, andamento delle carriere, soddisfazione degli studenti e dei laureandi e placement ad un anno dal conseguimento del titolo. Nel complesso il NuV esprime parere favorevole all'istituzione del corso.



i

La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

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

Nell'esame della proposta di istituzione della laurea in Comunicazione, innovazione, multimedialità, il NuV ha valutato la corretta progettazione del corso, l'adeguatezza e compatibilità con le risorse e l'apporto in termini di qualificazione dell'offerta formativa. Sono stati considerati i seguenti aspetti: individuazione delle esigenze formative; definizione delle prospettive; definizione degli obiettivi di apprendimento; significatività della domanda di formazione; analisi e previsioni di occupabilità; qualificazione della docenza; politiche di accesso.

È stata anche valutata l'attività pregressa in relazione a: tipologia degli iscritti, immatricolazioni, analisi delle coorti, tempi di laurea, andamento delle carriere, soddisfazione degli studenti e dei laureandi e placement ad un anno dal conseguimento del titolo. Nel complesso il NuV esprime parere favorevole all'istituzione del corso.



Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2022	222401256	BIG DATA E ALGORITMI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO: CONOSCENZA, INFORMAZIONE, POTERE <i>semestrale</i>	SPS/08	Paolo COSTA CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	ING-INF/05	40
2	2022	222401257	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Ester Maria BERNARDI		20
3	2022	222401257	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Luigi SANTANGELO CV		40
4	2024	222406125	COMUNICAZIONE POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/04	Docente di riferimento Flavio CHIAPPONI <i>Ricercatore confermato</i>	SPS/04	60
5	2024	222405978	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Docente non specificato		20
6	2024	222405978	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Elisabetta JEZEK <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-LIN/01	40
7	2024	222406126	DIGITAL MEDIA <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Docente non specificato		60
8	2022	222401258	DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' <i>semestrale</i>	IUS/04	Michele Giuseppe BERTANI <i>Professore Ordinario</i>	IUS/04	40
9	2022	222401259	DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE <i>semestrale</i>	IUS/14	Federica FALCONI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	IUS/13	40
10	2024	222406127	DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE <i>semestrale</i>	IUS/01	Emanuele TUCCARI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	IUS/01	40
11	2022	222401260	ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Claudio BELLINZONA		40
12	2023	222403761	ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Docente di riferimento Marcella Giovanna Maria NICOLINI CV	SECS-P/02	40

Professore
Associato (L.
240/10)

13	2024	222406128	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Docente di riferimento Elisa GHIA CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	L-LIN/12	60
14	2024	222406129	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES <i>semestrale</i>	L-LIN/12	Amy Marie MC INTIRE		60
15	2023	222403762	ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	IUS/20	Docente di riferimento Michele MADONNA CV Professore Ordinario (L. 240/10)	IUS/11	40
16	2023	222406119	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Alessandro CALIANDRO CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	20
17	2023	222406121	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Alessandro CALIANDRO CV Professore Associato (L. 240/10)	SPS/08	20
18	2023	222406119	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Flavio Antonio CERAVOLO Professore Associato (L. 240/10)	SPS/07	40
19	2023	222406121	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Flavio Antonio CERAVOLO Professore Associato (L. 240/10)	SPS/07	40
20	2023	222403764	LINGUA FRANCESE <i>semestrale</i>	L-LIN/04	Anna Paola PIOGGIOSI		60
21	2023	222403765	LINGUA SPAGNOLA <i>semestrale</i>	L-LIN/07	Docente non specificato		60
22	2023	222403766	LINGUA TEDESCA <i>semestrale</i>	L-LIN/14	Chiara RONCON CV		60
23	2022	222401262	MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Elisa CONZ CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	SECS- P/08	60
24	2023	222403767	MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/12	Docente di riferimento Mirko VOLPI CV Professore Associato (L. 240/10)	L-FIL- LET/12	40
25	2023	222403768	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS <i>semestrale</i>	SPS/04	Docente di riferimento Vittorio	SPS/04	27

					COBIANCHI CV Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)		
26	2023	222403768	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS <i>semestrale</i>	SPS/04	Guido LEGNANTE CV Professore Associato confermato	SPS/04	53
27	2022	222401264	PROFESSIONI DELL'EDITORIA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Guido BOSTICCO Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10) UNICUSANO Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma	L-ART/06	20
28	2022	222401264	PROFESSIONI DELL'EDITORIA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Marco DOTTI		20
29	2024	222406132	PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA <i>semestrale</i>	IUS/18	Docente di riferimento Gianluca Carlo Jacopo MAININO CV Professore Associato (L. 240/10)	IUS/18	60
30	2022	222401265	SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Paolo JACHIA		40
31	2024	222406133	SOCIETÀ, ECONOMIA E COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/09	Docente di riferimento Michele ROSTAN CV Professore Ordinario (L. 240/10)	SPS/09	60
32	2022	222401268	STORIA E CINEMA <i>semestrale</i>	M-STO/05	Docente di riferimento Vittorio POMA Ricercatore confermato	M-STO/04	40
33	2023	222403769	WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Docente di riferimento Marco PORTA CV Professore Ordinario (L. 240/10)	ING-INF/05	82
						ore totali	1442



Offerta didattica programmata

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni ↳ <i>DIGITAL MEDIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	42	33	27 - 36
	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana ↳ <i>MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese ↳ <i>ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES (Cognomi A-L) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES (Cognomi M-Z) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/04 Scienza politica ↳ <i>COMUNICAZIONE POLITICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>	18	18	18 - 27
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro ↳ <i>SOCIETA', ECONOMIA E COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			51	45 - 63

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad

<p>Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione</p>	<p>ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni</p> <hr/> <p>↳ <i>WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES (2 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE (3 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi</p> <hr/> <p>↳ <i>MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese</p> <hr/> <p>↳ <i>MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (3 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>MODULO 1 SOCIETA', CONSUMI E NUOVI MEDIA (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	39	39	24 - 45
<p>Scienze umane ed economico-sociali</p>	<p>SECS-P/01 Economia politica</p> <hr/> <p>↳ <i>ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/07 Sociologia generale</p> <hr/> <p>↳ <i>LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/>	15	15	15 - 24
<p>Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche</p>	<p>IUS/01 Diritto privato</p> <hr/> <p>↳ <i>DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/04 Scienza politica</p> <hr/> <p>↳ <i>OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS (2 anno) - 12 CFU - obbl</i></p> <hr/>	18	18	18 - 24
<p>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)</p>				
<p>Totale attività caratterizzanti</p>			72	57 - 93

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	IUS/04 Diritto commerciale ↳ <i>DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>	21	21	18 - 27 min 18
	IUS/18 Diritto romano e diritti dell'antichità ↳ <i>PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	IUS/20 Filosofia del diritto ↳ <i>ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Totale attività Affini			21	18 - 27

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	9	3 - 9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	-
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	9	9 - 9
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		-	-
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
Totale Altre Attività		36	30 - 36



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività di base R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea			
	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana	27	36	-
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese			
Discipline sociali e mediologiche	SECS-P/01 Economia politica			
	SPS/04 Scienza politica			
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	27	-
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:				-
Totale Attività di Base				45 - 63



Attività caratterizzanti R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	24	45	-
	SECS-S/05 Statistica sociale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
Scienze umane ed economico-sociali	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche			
	M-PSI/01 Psicologia generale			
	SECS-P/01 Economia politica			
	SECS-P/02 Politica economica			
	SECS-P/07 Economia aziendale	15	24	-
	SECS-S/01 Statistica			
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/01 Diritto privato			
	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico			
	IUS/10 Diritto amministrativo			
	IUS/14 Diritto dell'unione europea			
	M-STO/05 Storia delle scienze e delle tecniche	18	24	-
	SPS/04 Scienza politica			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		
Totale Attività Caratterizzanti		57 - 93		



Attività affini

R^aD

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	18	27	18
Totale Attività Affini			18 - 27



Altre attività

R^aD

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	12	12	
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c	-	-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	9	9
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d	-	-	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-	

**Riepilogo CFU**
R^aD**CFU totali per il conseguimento del titolo****180**

Range CFU totali del corso

150 - 219

**Comunicazioni dell'ateneo al CUN**
R^aD**Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe**
R^aD**Note relative alle attività di base**
R^aD**Note relative alle altre attività**
R^aD

Fino a 6 dei 12 CFU previsti per le attività a scelta dello studente potranno essere utilizzati per una prosecuzione, attraverso un ulteriore modulo, del tirocinio formativo e di orientamento, quando tale modulo sia particolarmente formativo ed utile per un più proficuo inserimento nel mondo del lavoro.



