

Presentazione

Informazioni generali



Università	Università degli Studi di PAVIA
Nome del corso in italiano	Comunicazione, innovazione, multimedialità (IdSua:1632164)
Nome del corso in inglese	Communication, Innovation, Multimedia
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Modalità di erogazione	a. Corso di studio convenzionale

Ulteriori informazioni generali

URL del corso	https://cim.cdl.unipv.it/
Riepilogo Caratteristiche Cds	1° anno in SUA: 2013

Programmazione 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: 25/11/2025 - Sono presenti sistemi informatici e tecnologici - Sono presenti posti di studio personalizzati - È obbligatorio il tirocinio didattico presso strutture diverse dall'ateneo

Sede del Corso

Sede	PAVIA Strada Nuova n. 65 - 27100 Pavia (Cod.018110)
Codice interno all'Ateneo del Corso	0341200PV
Utenza sostenibile	305

Scheda SUA - Date creazione e aggiornamenti

Data di istituzione del corso	Da determinare
Data Ultimo aggiornamento Scheda SUA	17/02/2026 12:34
Data Ultimo aggiornamento RAD	30/06/2025 00:00

Referenti e Strutture

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) - ID: 14925

Altri dipartimenti

SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI

GIURISPRUDENZA

STUDI UMANISTICI

INGEGNERIA INDUSTRIALE E DELL'INFORMAZIONE

Requisiti di Docenza e Docenti di riferimento

DOCENTI DI RIFERIMENTO

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INS. ASSOCIATO
1.	CHPFLV73 R24C261T	CHIAPPON I	Flavio	GSPS-02/A	14/GSPS-02	RU - Ricercatore confermato	1	
2.	CBNVTR63 S28G702B	COBIANCH I	Vittorio	GSPS-02/A	14/GSPS-02	ID - Attivita' di insegna- mento (art. 23 L. 240/10)	1	
3.	DNDPCR82 T16G388Z	DONDI	Piercarlo	IINF-05/A	09/IINF-05	RD - Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	1	
4.	MDNMHL7 4T28G482J	MADONNA	Michele	GIUR-07/A	12/GIUR-07	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
5.	MNNGLC6 6A28F205Z	MAININO	Gianluca Carlo Jacopo	GIUR-15/A	12/GIUR-15	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
6.	MZZGLC85 H04F839U	MAZZAREL LA	Gianluca	ECON-01/A	13/ECON-01	RD - Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	1	

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	GSD	QUALIFICA	PESO	INS. ASSOCIATO
7.	PRTMRC70 D23E617W	PORTA	Marco	IINF-05/A	09/IINF-05	PO - Professore Ordinario (L. 240/10)	1	
8.	TCCMNL87 M04F158Q	TUCCARI	Emanuele	GIUR-01/A	12/GIUR-01	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
9.	VRAMSM6 7A01I480J	VAIRA	Massimiliano	GSPS-08/A	14/GSPS-08	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	
10.	VLPMRK77 E22E648G	VOLPI	Mirko	LIFI-01/A	10/LIFI-01	PA - Professore Associato (L. 240/10)	1	

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso

Figure specialistiche aggiuntive

COGNOME	NOME	QUALIFICA	ANNO INIZIO COLLABORAZIONE
Figure specialistiche del settore non indicati			

Tutor

Nessuna Tipologia

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
BORGHI	Paolo		Docente di ruolo
CERAVOLO	Flavio Antonio		Docente di ruolo
CONZ	Elisa		Docente di ruolo
DI VINCENZO	Dilia		Docente non di ruolo
GHIA	Elisa		Docente di ruolo
JEZEK	Elisabetta		Docente di ruolo
LEGNANTE	Guido		Docente di ruolo
MAININO	Gianluca Carlo Jacopo		Docente di ruolo
MAZZARELLA	Gianluca		Docente di ruolo
PORTA	Marco		Docente di ruolo

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO DOC./TIR.
RONCON	Chiara		Docente non di ruolo
ROSTAN	Michele		Docente di ruolo
TUCCARI	Emanuele		Docente di ruolo
VOLPI	Mirko		Docente di ruolo

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Conz	Elisa
Poma	Vittorio
Reggio	Arianna
Rostan	Michele
Scovenna	Daniela
Tuccari	Emanuele

Rappresentanti degli Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL
FADELLI	ELISA	
GAZZIN	FEDERICA	
FAGGIANELLI	ANASTASIA	
MAZZARELLA	ALBERTO	
SURIANO	ALESSANDRO	
SIANI	MARGHERITA	
CATENACCI	BEATRICE	
INFANTE	FRANCESCA MARIA	
TAMBONE	LEONARDO	
RICCIO	GAIA	
ANEFLOUS	NADIA	
BIANCHI	ASIA KAROL	
FADELLI	ELISA	
SCUDERI	MARTINA	
RAGAZZI	ALESSANDRA	

COGNOME	NOME	EMAIL
IUCULANO	MATTEO SEBASTIANO	

Documentazione

Il Corso di Studio in breve

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.

Progettazione del CdS

Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

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.

Parere del comitato regionale di coordinamento

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



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/imprese 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: [Verbali consultazione parti sociali](#) 

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

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 Alezziani (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.

Nell'anno accademico 2024/2025 si è avviata la sperimentazione di una seconda modalità di conseguimento del titolo di studio fondata sulla combinazione tra un'attività formativa indicata dal Consiglio didattico e una relazione ragionata e documentata su tale esperienza. L'attività formativa prescelta è lo stage "lungo" di 300 ore presso imprese o altri enti. La relazione è divisa in quattro parti: 1. presentazione dell'azienda o dell'ente; 2. descrizione dell'esperienza di tirocinio; 3. nozioni teoriche e competenze acquisite; 4. giudizio personale sull'utilità dell'esperienza. Questa modalità di conseguimento del titolo mira a valorizzare l'attività di tirocinio, il collegamento tra gli studi e un'esperienza professionalizzante e a fornire un'opportunità di conoscenza del mondo del lavoro.

Nella sperimentazione sono stati coinvolti imprese medio-grandi (p.es. Sea Vision), imprese medio-piccole (p.es. Dalfilo), enti (p.es. Federmotori), associazioni (p.es. l'Associazione Amici del Policlinico S. Matteo) oltre ad Assolombarda Pavia. È previsto il coinvolgimento anche degli enti locali (comuni e province). Da un lato, la sperimentazione intende rafforzare e sviluppare le relazioni e le consultazioni con le parti sociali, dall'altro la rete di relazioni, già esistenti o in corso di espansione, mira a definire un insieme di soggetti pubblici o privati presso i quali svolgere l'attività formativa in vista della prova finale e del conseguimento del titolo. La sperimentazione e i contatti con enti e imprese sono coordinati da un gruppo di lavoro composto dal Presidente del Consiglio didattico dei corsi di studio in scienze della comunicazione, dal responsabile del corso di studi triennale, dal responsabile degli stage e da un docente.

Con le sedute di laurea dell'aprile 2026 è terminata la sperimentazione della seconda modalità di conseguimento del titolo. Alla sperimentazione ha partecipato una dozzina di studenti e studentesse che hanno svolto il loro tirocinio 'lungo' in enti, associazioni e imprese. Oltre ai soggetti già indicati è stato possibile coinvolgere anche l'Area Comunicazione del Comune di Milano.

PDF inserito: [Verbali CIM SUA 2024.pdf](#) 

Istituzione di più corsi nella classe



Gruppo di affinità

Gruppo: 1

Delibera di ateneo relativa all'istituzione di ulteriori corsi nella classe - 73

Ordinamento didattico

Parte Testuale

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino



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.

Da ex QUADRO A4.b.1: Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

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.

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.

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.

B) Area linguistica. Lo studente dovrà conoscere i principi teorici della semantica 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.

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.

Da ex QUADRO A4.c: Autonomia di giudizio, Abilità comunicative, Capacità di apprendimento

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.



Profilo e sbocchi

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati



Nome della figura professionale formata

Tecnico esperto della comunicazione

Funzione in un contesto di lavoro e competenze

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

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 istruzione 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.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

Codice	Professione
3.3.1.3.1	Tecnici dell'acquisizione delle informazioni
3.3.3.6.2	Tecnici delle pubbliche relazioni
3.4.1.2.1	Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali
3.3.3.6.1	Tecnici della pubblicità
3.3.4.7.0	Agenti e rappresentanti di artisti ed atleti
3.4.3.2.0	Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale
3.3.4.4.0	Agenti di pubblicità

Conoscenze richieste per l'accesso



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.

Modalità di ammissione

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 per gli studenti iscritti in regime ordinario e il 30 settembre del secondo anno per gli studenti iscritti in regime part-time, lo studente sarà iscritto in posizione di 'ripetente'.

Dal 2024/2025, l'Università degli studi di Pavia offre agli studenti iscritti al quarto anno di scuola superiore italiana la possibilità di prenotare un posto nel corso di laurea di interesse ai fini dell'immatricolazione nell'anno accademico successivo a quello di conseguimento del diploma di scuola secondaria. Gli studenti che avranno superato il test di ammissione a CIM organizzato dall'Ateneo nella primavera-estate in cui frequentano il quarto anno della scuola superiore avranno la precedenza per immatricolarsi al corso di laurea in una finestra anticipata rispetto alle immatricolazioni standard.

Link: <http://>

Caratteristiche della prova finale



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.

Modalità di svolgimento della prova finale

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 nomina le commissioni per il conferimento dei titoli, che sono composte da almeno tre membri, secondo quanto previsto dal regolamento didattico di Ateneo. 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:

- 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.cdl.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 centodecimali. 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.

Parte Tabellare

Attività di base



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese GLOT-01/A Glottologia e linguistica IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni LICO-01/A Letteratura italiana contemporanea LIFI-01/A Linguistica italiana	27	36	-
Discipline sociali e mediologiche	ECON-01/A Economia politica GSPS-02/A Scienza politica GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro	18	27	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 36):		-		
Totale Attività di base		45 - 63		

Attività caratterizzanti



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni PEMM-01/B Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi STAT-03/B Statistica sociale	24	45	-
Scienze umane ed economico-sociali	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica ECON-06/A Economia aziendale GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro PSIC-01/A Psicologia generale SDEA-01/A Discipline demografiche e antropologiche STAT-01/A Statistica	15	24	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GIUR-01/A Diritto privato GIUR-05/A Diritto costituzionale e pubblico GIUR-06/A Diritto amministrativo e pubblico GIUR-10/A Diritto dell'unione europea GSPS-02/A Scienza politica GSPS-07/A Sociologia dei fenomeni politici PHIL-02/B Storia della scienza e delle tecniche	18	24	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo (minimo da D.M. 54):		-		

Totale Attività caratterizzanti	57 - 93
---------------------------------	---------

Attività affini



Ambito Disciplinare	Settore	min	MAX	min da D.M. per l'ambito
Attività formative affini o integrative		18	27	18

Totale Attività affini	18 - 27
------------------------	---------

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative



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.

Altre attività



Ambito Disciplinare		min	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			
Totale Altre attività		30 - 36	

Note relative alle attività di base



Note relative alle attività caratterizzanti



Note relative alle altre attività



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.

Raggruppamento settori



Per modificare il raggruppamento dei settori

Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	150 - 219
Massimo numero di crediti riconoscibili (D.M. n. 931/2024)	48

Offerta Didattica Programmata

Eventuale articolazione curriculare inclusi eventuali orientamenti/indirizzi (ex Eventuali Curriculum)

Non sono previsti curricula

Offerta Didattica Programmata

Attività di base	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES (Cognomi A-L) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES (Cognomi M-Z) (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	42	33	27 - 36
	GLOT-01/A Glottologia e linguistica COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni DIGITAL MEDIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
	LIFI-01/A Linguistica italiana MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA (2 anno) - 6 CFU - obbl			
Discipline sociali e mediologiche	GSPS-02/A Scienza politica COMUNICAZIONE POLITICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl	18	18	18 - 27
	GSPS-08/A Sociologia dei processi economici e del lavoro SOCIETA', ECONOMIA E COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl			
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
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ECON-07/A Economia e gestione delle imprese MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (3 anno) - 9 CFU - obbl	39	39	24 - 45
	GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi MODULO 1 COMUNICAZIONE E SOCIETA' (3 anno) - 6 CFU - obbl			

	IINF-05/A Sistemi di elaborazione delle informazioni WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES (2 anno) - 9 CFU - obbl COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE (3 anno) - 9 CFU - obbl PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (3 anno) - 6 CFU - obbl			
Scienze umane ed economico-sociali	ECON-01/A Economia politica ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE (2 anno) - 6 CFU - obbl GSPS-05/A Sociologia generale LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 9 CFU - obbl	15	15	15 - 24
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	GIUR-01/A Diritto privato DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl GSPS-02/A Scienza politica OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS (2 anno) - 12 CFU - obbl	21	21	18 - 24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale Attività caratterizzanti			75	57 - 93

Attività affini	Settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	GIUR-02/A Diritto commerciale DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' (3 anno) - 6 CFU - obbl GIUR-15/A Diritto romano e fondamenti del diritto europeo PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl GIUR-17/A Filosofia del diritto ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (2 anno) - 3 CFU - obbl	18	18	18 - 27 CFU min 18
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: -				
Totale Attività affini			18	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

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti	180	150 - 219

Regolamento Didattico del CdS

Pdf inserito: [1\)4.3.1 all_Reg. Did. CIM coorte 26_27 \(ok\).pdf](#) 

Indicazione dei piani di studio offerti agli studenti

Pdf inserito: [PdS CIM coorte 26_27.pdf](#) 

Matrice di Tuning

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:

Anno di corso 1 - COMUNICAZIONE POLITICA (cfu 9 - 03412 - 222606173) [url](#)
Anno di corso 1 - COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA (cfu 9 - 03412 - 222606250) [url](#)
Anno di corso 1 - DIGITAL MEDIA (cfu 9 - 03412 - 222606251) [url](#)
Anno di corso 1 - DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE (cfu 9 - 03412 - 222606252) [url](#)
Anno di corso 1 - PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA (cfu 9 - 03412 - 222606255) [url](#)
Anno di corso 1 - SOCIETÀ, ECONOMIA E COMUNICAZIONE (cfu 9 - 03412 - 222606256) [url](#)
Anno di corso 2 - ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE (cfu 6 - 03412 - 222702884) [url](#)
Anno di corso 2 - MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA (cfu 6 - 03412 - 222702890) [url](#)
Anno di corso 2 - OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS (cfu 12 - 03412 - 222702891) [url](#)
Anno di corso 2 - WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES (cfu 9 - 03412 - 222702892) [url](#)
Anno di corso 3 - COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE (cfu 9 - 03412 - 222800993) [url](#)
Anno di corso 3 - MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA (cfu 9 - 03412 - 222800999) [url](#)
Anno di corso 3 - MODULO 1 COMUNICAZIONE E SOCIETÀ (cfu 6 - 03412 - 222801001) [url](#)
Anno di corso 3 - MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (cfu 6 - 03412 - 222801002) [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:

Anno di corso 3 - BIG DATA E ALGORITMI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO: CONOSCENZA, INFORMAZIONE, POTERE (cfu 6 - 03412 - 222800991) [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:

Anno di corso 2 - ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE (cfu 3 - 03412 - 222702885) [url](#)
Anno di corso 3 - DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITÀ (cfu 6 - 03412 - 222800994) [url](#)
Anno di corso 3 - DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE (cfu 6 - 03412 - 222800995) [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:

Anno di corso 2 - LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE (cfu 9 - 03412 - 222702886) [url](#)

Anno di corso 3 - COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA (cfu 6 - 03412 - 222800992) [url](#)

Anno di corso 3 - PROFESSIONI DELL'EDITORIA (cfu 6 - 03412 - 222801003) [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:

Anno di corso 1 - ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES (cfu 9 - 03412 - 222606253) [url](#)

Anno di corso 2 - LINGUA FRANCESE (cfu 9 - 03412 - 222702887) [url](#)

Anno di corso 2 - LINGUA SPAGNOLA (cfu 9 - 03412 - 222702888) [url](#)

Anno di corso 2 - LINGUA TEDESCA (cfu 9 - 03412 - 222702889) [url](#)

Anno di corso 3 - FORME E LINGUAGGI DELLA TELEVISIONE CONTEMPORANEA (cfu 6 - 03412 - 222800997) [url](#)

Anno di corso 3 - SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA (cfu 6 - 03412 - 222801004) [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:

Anno di corso 3 - ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE (cfu 6 - 03412 - 222800996) [url](#)

Offerta Didattica Erogata

Offerta Didattica Erogata								
N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1		2024	222601094	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>	IINF-05/A	40
2		2024	222601096	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Ester Maria BERNARDI CV		20
3		2024	222601096	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Luigi SANTANGELO CV		40
4		2024	222601097	DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' <i>semestrale</i>	IUS/04	Michele Giuseppe BERTANI <i>Professore Ordinario</i>	GIUR-02/A	40
5		2024	222601098	DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE <i>semestrale</i>	IUS/14	Federica FALCONI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GIUR-09/A	40
6		2024	222601099	ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE <i>semestrale</i>	ING-INF/05	Claudio BELLINZONA		40
7		2024	222606278	GIORNALISMO DIGITALE <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente non specificato		40
8		2024	222601101	MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Elisa CONZ CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	ECON-07/A	60
9		2024	222601103	MODULO 1 SOCIETA', CONSUMI E NUOVI MEDIA (modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI) <i>semestrale</i>	SPS/08	Paolo BORGHI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	GSPS-08/A	40

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
10		2024	222601104	MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI) <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Guido BOSTICCO CV <i>Attività' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i> UNICUSANO Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma	PEMM-01/B	40
11		2024	222601105	PROFESSIONI DELL'EDITORIA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Guido BOSTICCO CV <i>Attività' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i> UNICUSANO Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma	PEMM-01/B	20
12		2024	222601105	PROFESSIONI DELL'EDITORIA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Marco DOTTI		20
13		2024	222601106	SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Paolo JACHIA CV		40
N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
14		2026	222606173	COMUNICAZIONE POLITICA <i>semestrale</i>	GSPS-02/A	<i>Docente di riferimento</i> Flavio CHIAPPONI CV <i>Ricercatore confermato</i>	GSPS-02/A	60
15		2026	222606250	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA <i>semestrale</i>	GLOT-01/A	Elisabetta JEZEK <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GLOT-01/A	40
16		2026	222606250	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA <i>semestrale</i>	GLOT-01/A	Rossella VARVARA		20
17		2026	222606251	DIGITAL MEDIA <i>semestrale</i>	IINF-05/A	<i>Docente di riferimento</i> Piercarlo DONDI CV <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	IINF-05/A	40
18		2026	222606251	DIGITAL MEDIA <i>semestrale</i>	IINF-05/A	Alessandro DE CHIRICO CV		20
19		2026	222606252	DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE <i>semestrale</i>	GIUR-01/A	<i>Docente di riferimento</i> Emanuele TUCCARI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	GIUR-01/A	60

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
20		2026	222606253	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES <i>semestrale</i>	ANGL-01/C	Elisa GHIA CV Professore Associato (L. 240/10)	ANGL-01/C	60
21		2026	222606254	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES <i>semestrale</i>	ANGL-01/C	Amy Marie MC INTIRE CV		60
22		2026	222606255	PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA <i>semestrale</i>	GIUR-15/A	Docente di riferimento Gianluca Carlo Jacopo MAININO CV Professore Associato (L. 240/10)	GIUR-15/A	60
23		2026	222606256	SOCIETA', ECONOMIA E COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	GSPS-08/A	Michele ROSTAN CV Professore Ordinario (L. 240/10)	GSPS-08/A	60
N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
24		2025	222602439	ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Docente di riferimento Gianluca MAZZARELLA CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	ECON-01/A	40
25		2025	222602440	ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	IUS/20	Docente di riferimento Michele MADONNA CV Professore Ordinario (L. 240/10)	GIUR-07/A	20
26		2025	222602441	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Docente di riferimento Massimiliano VAIRA CV Professore Associato (L. 240/10)	GSPS-08/A	20
27		2025	222602441	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Paolo BORGHI CV Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)	GSPS-08/A	20
28		2025	222602441	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	SPS/07	Docente non specificato		20
29		2025	222602442	LINGUA FRANCESE <i>semestrale</i>	L-LIN/04	Gabriela CULTRERA CV		20
30		2025	222602442	LINGUA FRANCESE <i>semestrale</i>	L-LIN/04	Carlotta MARCHI		40
31		2025	222602443	LINGUA SPAGNOLA <i>semestrale</i>	L-LIN/07	Dilia DI VINCENZO CV		60
32		2025	222602444	LINGUA TEDESCA <i>semestrale</i>	L-LIN/14	Chiara RONCON CV		60

N.	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
33		2025	222602445	MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/12	<i>Docente di riferimento</i> Mirko VOLPI CV <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	LIFI-01/A	40
34		2025	222602446	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS <i>semestrale</i>	SPS/04	<i>Docente di riferimento</i> Vittorio COBIANCHI CV <i>Attività di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>	GSPS-02/A	27
35		2025	222602446	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS <i>semestrale</i>	SPS/04	Guido LEGNANTE CV <i>Professore Associato confermato</i>	GSPS-02/A	53
36		2025	222602447	WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES <i>semestrale</i>	ING-INF/05	<i>Docente di riferimento</i> Marco PORTA CV <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	IINF-05/A	82

Ore totali di didattica assistita: 1462

Didattica programmata per coorte

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.	GSPS-02/A	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE POLITICA link	CHIAPPONI FLAVIO CV	RU	9	60	
2.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA link	VARVARA ROSSELLA		9	20	
3.	GLOT-01/A	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE VERBALE E LINGUAGGIO DEI MEDIA link	JEZEK ELISABETTA	PA	9	40	
4.	IINF-05/A	Anno di corso 1	DIGITAL MEDIA link	DE CHIRICO ALESSANDRO CV		9	20	
5.	IINF-05/A	Anno di corso 1	DIGITAL MEDIA link	DONDI PIERCARLO CV	RD	9	40	
6.	GIUR-01/A	Anno di corso 1	DIRITTO PRIVATO DELLE NUOVE TECNOLOGIE link	TUCCARI EMANUELE CV	PA	9	60	

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
7.	ANGL-01/C	Anno di corso 1	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES link	GHIA ELISA CV	PA	9	60	
8.	ANGL-01/C	Anno di corso 1	ENGLISH FOR COMMUNICATION STUDIES link	MC INTIRE AMY MARIE CV		9	60	
9.	GIUR-15/A	Anno di corso 1	PUBLIC SPEAKING E ORATORIA CLASSICA link	MAININO GIANLUCA CARLO JACOPO CV	PA	9	60	
10.	GSPS-08/A	Anno di corso 1	SOCIETA', ECONOMIA E COMUNICAZIONE link	ROSTAN MICHELE CV	PO	9	60	
11.	ECON-01/A	Anno di corso 2	ECONOMIA POLITICA E INFORMAZIONE link			6		
12.	GIUR-17/A	Anno di corso 2	ETICA E DEONTOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE link			3		
13.	GSPS-05/A	Anno di corso 2	LABORATORIO DI PROFESSIONI DELLA COMUNICAZIONE link			9		
14.	FRAN-01/B	Anno di corso 2	LINGUA FRANCESE link			9		
15.	SPAN-01/C	Anno di corso 2	LINGUA SPAGNOLA link			9		
16.	GERM-01/C	Anno di corso 2	LINGUA TEDESCA link			9		
17.	LIFI-01/A	Anno di corso 2	MODELLI E TECNICHE DI SCRITTURA link			6		
18.	GSPS-02/A	Anno di corso 2	OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS link			12		
19.	IINF-05/A	Anno di corso 2	WEB DESIGN AND TECHNOLOGIES link			9		
20.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	BIG DATA E ALGORITMI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO: CONOSCENZA, INFORMAZIONE, POTERE link			6		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
21.	PHYS-06/B	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA link			6		
22.	IINF-05/A	Anno di corso 3	COMUNICAZIONE DIGITALE E MULTIMEDIALE link			9		
23.	GIUR-02/A	Anno di corso 3	DIRITTO D'AUTORE E DELLA PUBBLICITA' link			6		
24.	GIUR-10/A	Anno di corso 3	DIRITTO EUROPEO DELL'INFORMAZIONE link			6		
25.	IINF-05/A	Anno di corso 3	ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE link			6		
26.	PEMM-01/B	Anno di corso 3	FORME E LINGUAGGI DELLA TELEVISIONE CONTEMPORANEA link			6		
27.	GSPS-06/A PHIL-04/B	Anno di corso 3	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI link			12		
28.	ECON-07/A	Anno di corso 3	MARKETING E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA link			9		
29.	GSPS-06/A	Anno di corso 3	MODULO 1 COMUNICAZIONE E SOCIETA' (modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI) link			6		
30.	PHIL-04/B	Anno di corso 3	MODULO 2 COMUNICAZIONE E SCRITTURA CREATIVA (modulo di LABORATORIO DI COMUNICAZIONE E STUDI CULTURALI) link			6		
31.	NN	Anno di corso 3	MODULO INTEGRATIVO STAGE link			6		
32.	LICO-01/A	Anno di corso 3	PROFESSIONI DELL'EDITORIA link			6		

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
33.	PHIL-04/B	Anno di corso 3	SEMIOTICA E STORIA DELLA CANZONE ITALIANA CONTEMPORANEA link			6		
34.	NN	Anno di corso 3	STAGE link			6		
35.	PEMM-01/B	Anno di corso 3	STORIA E LINGUAGGI DELLA RADIO E DELLA TELEVISIONE link			6		

Servizi per gli studenti

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

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

Calendario degli esami di profitto

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

Calendario sessioni della Prova finale

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

Data di inizio dell'attività didattica

28/09/2026

Infrastrutture

Aule

Pdf inserito: [AULE 2026 CIM e COD.pdf](#) 

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [LAB e AULE INFORMATICHE 2026 CIM e COD.pdf](#) 

Sale Studio

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

Pdf inserito: [SALE STUDIO 2026 TUTTI I CDS DEL DIP.pdf](#) 

Biblioteche

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

Servizi a supporto

Tutorato

Link inserito: <https://orienta.unipv.it/progetti-di-tutorato-anno-accademico-2025-2026>

Pdf inserito: [Tutorato_1Dsi.pdf](#) 

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

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [stage comunicazione innovazione mult.pdf](#) 

Accompagnamento al lavoro

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [acc lavoro comunicazione innov mult.pdf](#) 

Eventuali altre iniziative

Pdf inserito: [altre iniziative comunicazione innov mult.pdf](#) 

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale

Pdf inserito: [Allegato Accordi Erasmus e internaz..pdf](#) 

Inserimento atenei in convenzione

Atenei in convenzione per programmi di mobilità internazionale

Nessun Ateneo in convenzione inserito

Monitoraggio dei risultati

Opinioni studenti

<https://sisvaldidat.it/>

Opinioni dei laureati

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

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

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

Efficacia Esterna

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

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

L'Ateneo effettua indagini sistematiche attraverso il modulo di gestione dei tirocini di Almalaurea per rilevare sia le opinioni degli studenti che quelle degli enti e delle aziende che hanno ospitato uno studente per stage o tirocinio, al fine di avere valutazioni anche di tipo comparativo. I risultati sono stati analizzati dal GdL Tirocini; si valuterà successivamente l'integrazione di questi dati nei processi di Assicurazione Qualità.

Organizzazione e gestione della qualità

Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

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: [D1.Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo_2026.03.18 per Scheda SUA 2026.pdf](#) 

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

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

Riesame annuale

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.

Documenti di Assicurazione della Qualità