

Regolamento e piano degli studi del corso di laurea in Scienze della comunicazione, informazione, marketing (L20)

Valido per gli immatricolati nell'anno 2018-2019

Indice

Piano degli studi

- [Percorso: Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo](#)
- [Percorso: Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa](#)
- [Percorso: Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità](#)

[Regolamento didattico](#)

[Risultati di apprendimento attesi \(descrittori di Dublino\)](#)

Piano degli studi – Immatricolati nell'a.a. 2018-2019 (Coorte 2018)

Percorso: *Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo*

Anno Accademico 2018-2019

I anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/01	Linguistica generale	6	40
		L-FIL-LET/12	Linguistica italiana	6+3	40+30
	Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04	Storia contemporanea	6	40
		SPS/07	Sociologia generale e ricerca sociale	6+6	40+40
TAF B Caratterizzanti	Scienze umane ed economico-sociali	M-PSI/01	Psicologia cognitiva	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	IUS/09	Diritto pubblico	6	40
		M-FIL/03	Etica della comunicazione	6	40
TAF F Altre attività	Abilità informatiche e telematiche	INF/01	Laboratorio Abilità informatiche per la comunicazione	3	30
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Teologia Sacra Scrittura	3	40
TOTALE CFU: 57					

Percorso: Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo
Anno Accademico 2019-2020

Il anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05	Semiotica	6	40
	Discipline sociali e mediologiche	SPS/08	Sociologia della comunicazione e teorie dei media	6+6	40+40
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Teorie e tecniche del linguaggio audiovisivo	6+6	40+40
		L-ART/06	Storia e critica del cinema	6	40
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/01	Economia politica	6	40
TAF C Attività affini o integrative		L-LIN/07	Lingua spagnola	6	60
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Laboratorio: Generi e storytelling	3	30
			Teologia Dogmatica	3	40
TOTALE CFU: 60					

Percorso: Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo
Anno Accademico 2020-2021

III anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/12	Lingua inglese	9*	60
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Internet studies e Social Media Management (in italiano oppure in inglese)	6	40
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/08	Produzione e gestione di format audiovisivi	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	IUS/10	Diritto dell'informazione	6	40
TAF C Attività affini o integrative		L-FIL-LET/10	Transcodifica del testo letterario e sceneggiatura	6+3	40+30
		SECS-P/10	Progettazione ed organizzazione degli eventi culturali	6+3	40+30
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Tirocini formativi e di orientamento		Laboratorio: Media education <i>oppure</i> Stage	3	30
TAF E Prova finale e lingua straniera			Prova finale	6+3	
TOTALE CFU: 63					

*I 9 CFU si maturano attraverso un percorso costituito da tre livelli di competenza. Per conseguire il primo e il secondo livello lo studente è chiamato a seguire moduli di esercitazioni di 60 ore ciascuno, che si svolgeranno durante il primo e il secondo anno.

Piano degli studi – Immatricolati nell'a.a. 2018-2019 (Coorte 2018)

Percorso: *Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa*

Anno Accademico 2018-2019

I anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/01	Linguistica generale	6	40
		L-FIL-LET/12	Linguistica italiana	6+3	40+30
	Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04	Storia contemporanea	6	40
		SPS/07	Sociologia generale e ricerca sociale	6+6	40+40
TAF B Caratterizzanti	Scienze umane ed economico-sociali	M-PSI/01	Psicologia cognitiva	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	IUS/09	Diritto pubblico	6	40
		M-FIL/03	Etica della comunicazione	6	40
TAF F Altre attività	Abilità informatiche e telematiche	NN	Laboratorio: Giornalismo radiofonico	3	40
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Teologia Sacra Scrittura	3	40
TOTALE CFU: 57					

Percorso: *Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa*

Anno Accademico 2019-2020

Il anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05	Semiotica	6	40
	Discipline sociali e mediologiche	SPS/08	Sociologia della comunicazione e teorie dei media	6+6	40+40
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Teorie e tecniche del giornalismo e uffici stampa	6+6	40+40
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/01	Economia politica	6	40
TAF C Attività affini o integrative		SPS/06	Storia del giornalismo e sistemi internazionali	6+3	40+30
		L-LIN/07	Lingua spagnola	6	60
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Laboratorio: Giornalismo televisivo	3	40
			Teologia Dogmatica	3	40
TOTALE CFU: 63					

Percorso: *Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa*

Anno Accademico 2020-2021

III anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/12	Lingua inglese	9*	60
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Internet studies e Social Media Management (in italiano oppure in inglese)	6	40
		L-ART/06	Reportage televisivo e giornalismo d'inchiesta	6	40
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/08	Relazioni pubbliche	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	IUS/10	Diritto dell'informazione	6	40
TAF C Attività affini o integrative		SPS/11	Processi culturali, fenomeni politici e informazione	6+3	40 +30
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Tirocini formativi e di orientamento		Laboratorio: Giornalismo on-line oppure Stage	3	40
TAF E Prova finale e lingua straniera			Prova finale	6+3	
TOTALE CFU: 60					

*I 9 CFU si maturano attraverso un percorso costituito da tre livelli di competenza. Per conseguire il primo e il secondo livello lo studente è chiamato a seguire moduli di esercitazioni di 60 ore ciascuno, che si svolgeranno durante il primo e il secondo anno.

Piano degli studi – Immatricolati nell'a.a. 2018-2018 (Coorte 2018)

Percorso: Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità

Anno Accademico 2018-2019

I anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/01	Sociolinguistica per la comunicazione d'impresa	6	40
		L-FIL-LET/12	Linguistica italiana	6+3	40+30
	Discipline sociali e mediologiche	SPS/07	Sociologia generale e ricerca sociale	6+6	40+40
		SPS/08	Sociologia della comunicazione e teorie dei media	6+6	40+40
TAF B Caratterizzanti	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/01	Economia politica	6	40
		SECS-P/08	Economia e gestione delle imprese	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	M-FIL/03	Etica della comunicazione	6	40
TAF F Altre attività	Abilità informatiche e telematiche	INF/01	Laboratorio Abilità informatiche per la comunicazione	3	30
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Teologia Sacra Scrittura	3	40
TOTALE CFU: 63					

Percorso: Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità

Anno Accademico 2019-2020

Il anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05	Semiotica per la comunicazione d'impresa	6	40
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Internet studies e Social Media (in italiano oppure in inglese)	6	40
		SPS/08	Tecniche della promozione	6	40
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/07	Economia aziendale	6+3	40+30
		SECS-P/08	Marketing	6+3	40+30
TAF C Attività affini o integrative		SECS-S/05	Analisi e ricerche di mercato	6	40
		L-LIN/07	Lingua spagnola	6	60
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro		Laboratorio di: Marketing game <i>oppure</i> Marketing non convenzionale	3	30
			Teologia Dogmatica	3	40
TOTALE CFU: 60					

Percorso: Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità
Anno Accademico 2020-2021

III anno

Tipologia attività formativa	Ambito disciplinare	Settore scientifico disciplinare	Discipline	CFU	Ore
TAF A Di Base	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	L-LIN/12	Lingua inglese	9*	60
TAF B Caratterizzanti	Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	SPS/08	Teorie e tecniche della pubblicità	6+3	40+30
	Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/08	Relazioni pubbliche	6	40
	Discipline giuridiche, storiche-politiche e filosofiche	IUS/10	Diritto della comunicazione	6	40
TAF C Attività affini o integrative		SECS-P/10	Strategie e organizzazione della comunicazione	6+3	40+30
TAF D Attività a scelta dello studente			Le discipline a scelta libera dovranno essere selezionate tra le attività offerte dagli indirizzi della L20 diversi dal proprio.	6	40
TAF F Altre attività	Tirocini formativi e di orientamento		Lab. Web advertising <i>oppure</i> Stage	3	30
TAF E Prova finale e lingua straniera			Prova finale	6+3	
TOTALE CFU: 57					

*I 9 CFU si maturano attraverso un percorso costituito da tre livelli di competenza. Per conseguire il primo e il secondo livello lo studente è chiamato a seguire moduli di esercitazioni di 60 ore ciascuno, che si svolgeranno durante il primo e il secondo anno.

CAPO I **Oggetto**

Art. 1 **Oggetto del regolamento**

1. Il presente regolamento, in conformità con l'ordinamento didattico del corso di laurea in Scienze della comunicazione, informazione, marketing e del Regolamento didattico di Ateneo, nel rispetto della libertà di insegnamento, nonché dei diritti e doveri dei docenti e degli studenti, specifica ai sensi dell'art. 12 del DM 22 ottobre 2004 n. 270 gli obiettivi formativi, gli aspetti organizzativi e di funzionamento e le attività di detto corso di studio, previsto all'interno del Dipartimento di Scienze umane della Lumsa di Roma.

CAPO II **Obiettivi formativi e norme per l'accesso**

Art. 2 **Obiettivi formativi specifici**

1. Gli obiettivi del corso di laurea in Scienze della comunicazione, informazione, marketing mirano a formare laureati con capacità di analisi dei procedimenti argomentativi nelle diverse espressioni della comunicazione. Nel corso del triennio lo studente consoliderà le abilità necessarie per l'uso efficace della lingua italiana sia scritta che orale e verrà messo in grado di utilizzare due lingue straniere (di cui almeno una dell'Unione Europea) nell'ambito specifico di competenza.
2. Il corso mira a fornire allo studente conoscenze teoriche di base e abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione mass mediale al fine di poter svolgere compiti professionali negli apparati delle industrie culturali (editoria, radio, televisione, cinema, nuovi media) degli enti pubblici, delle imprese e delle agenzie di comunicazione.
3. Una particolare attenzione sarà riservata all'acquisizione delle abilità necessarie alla produzione di testi (sceneggiature, contenuti informativi, story-board per la pubblicità, audiovisivi, ecc.) attraverso anche l'uso delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione.
4. Nel progetto formativo del corso è previsto che lo studente acquisisca le competenze relative allo svolgimento di attività di comunicazione e relazioni pubbliche presso imprese, enti del non profit, redazioni e uffici stampa. Lo studente

maturerà le conoscenze necessarie per lo svolgimento di attività redazionali e funzioni giornalistiche in diversi ambiti culturali ed editoriali attraverso attività pratiche, laboratori e project work. All'interno degli obiettivi formativi del corso e nel rispetto degli stessi, sono individuabili gli obiettivi specifici delle aree di interesse.

Art. 3

Profili professionali e sbocchi occupazionali

1. I laureati nel corso di laurea in Scienze della comunicazione, informazione, marketing potranno svolgere attività professionali nelle diverse strutture dell'industria (radio, televisione, cinema, nuovi media) e nelle redazioni giornalistiche; negli uffici stampa e nell'ambito delle pubbliche relazioni; nelle imprese (aziende profit e non profit) e nelle agenzie di pubblicità.
2. In relazione al percorso formativo scelto, si individuano i seguenti profili professionali:
 - il laureato nel curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** potrà svolgere la propria attività come: autore di contenuti multimediali (testi, soggetti, video, programmi) in ambito radiotelevisivo, cinematografico e dei social media; organizzatore e produttore di eventi culturali (arte spettacoli, musica, moda); esperto di ricerche sull'industria culturale e sui digital media, creative manager.
 - il laureato nel curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** potrà svolgere la propria attività come: Gestore dei flussi di comunicazione verso i diversi pubblici; esperto di marketing, brand e product manager; pubblicitario (*account, copywriter, art director*); esperto della comunicazione d'impresa via internet.
 - il laureato nel curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** potrà svolgere la propria attività all'interno di uffici stampa, redazioni giornalistiche, aziende editoriali ed enti pubblici e privati, nazionali ed internazionali come: giornalista; esperto di trattamento delle informazioni, responsabile delle relazioni pubbliche di enti nazionali e internazionali; responsabile delle relazioni con i media.
3. Il corso prepara alle professioni della comunicazione in grado di operare nei seguenti settori:
 - il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** prepara professionisti della comunicazione e dell'informazione in grado di operare nelle strutture dell'industria massmediale, nel settore dei beni e dei consumi culturali (Istituti culturali e centri di ricerca), degli eventi culturali e negli enti dello spettacolo pubblici e privati.

- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** prepara professionisti dell'Area marketing e comunicazione in grado di gestire le relazioni esterne di imprese ed organizzazioni pubbliche, nazionali e internazionali oltre che di lavorare per agenzie pubblicitarie e nel settore della consulenza di marketing e comunicazione.
- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** prepara professionisti che operano nel settore del giornalismo stampato e radiotelevisivo; dell'editoria tradizionale e multimediale; negli uffici stampa; in enti pubblici e del no profit; URP; Corporate affaire e politiche culturali anche nell'ambito dell'UE.

Art. 4 **Norme relative all'accesso**

1. Come requisito d'ingresso è richiesto il diploma di scuola secondaria superiore o altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto idoneo. Si richiede una buona cultura generale, adeguate capacità di analisi e di sintesi, capacità di elaborare testi scritti. Per l'accertamento delle conoscenze di base è previsto un test scritto di tipo psicoattitudinale atto a misurare le abilità di ragionamento astratto e logico deduttivo, nonché le competenze linguistiche di base e della conoscenza della lingua inglese. Nel caso in cui la verifica non sia positiva, agli studenti verranno indicati, a seconda delle aree in cui sono state registrate le lacune, testi propedeutici al corso e/o seminari da frequentare obbligatoriamente per maturare le competenze necessarie all'inserimento nei programmi previsti dai piani di studio.

Art. 5 **OFA (Obblighi formativi aggiuntivi)**

1. Gli OFA verranno attribuiti secondo le modalità indicate nel Bando di Ammissione pubblicato ogni anno. Gli studenti idonei con OFA dovranno entro il primo anno accademico recuperare le lacune con attività aggiuntive indicate al momento dell'iscrizione (testi propedeutici al corso e/o seminari da frequentare obbligatoriamente).

Art. 6 **Modalità per trasferimenti in entrata, iscrizioni per un secondo titolo e passaggi di corso**

1. Gli studenti per essere iscritti seguiranno la procedura pubblicata nel bando annuale dedicato.

CAPO III Organizzazione interna

Art. 7 Frequenza

1. La frequenza ai corsi è obbligatoria per almeno due terzi dell'orario previsto. E' tuttavia possibile fare richiesta di esonero dalla frequenza delle lezioni compilando l'apposito modulo disponibile sul sito e inviandolo al Presidente del Corso di laurea. Il Presidente, valutate le motivazioni con relativa documentazione allegata alla richiesta di esonero, può autorizzare la sostituzione della mancata o parziale frequenza.

Art. 8 Riconoscimento di esami

1. Le modalità di riconoscimento di esami sostenuti presso altro Ateneo saranno stabilite secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico d'Ateneo, dallo Statuto e dalla normativa vigente.

Art. 9 Piani di studio

1. Lo studente è tenuto a presentare il piano di studio on-line entro il termine fissato annualmente dal Calendario accademico. Lo studente dovrà seguire il piano di studi ufficiale dell'anno accademico in cui s'immatricola. Il piano di studio può essere modificato on-line dallo studente all'inizio di ogni anno accademico e le modifiche saranno approvate automaticamente solo se coerenti con il percorso formativo.

Art. 10 Crediti necessari per l'iscrizione agli anni successivi al primo

1. Gli studenti, iscritti nell'a.a. 2018-2019 al primo anno di corso (**coorte 2018**) dovranno acquisire, entro la sessione autunnale di esami (settembre 2019), un numero di crediti non inferiore a **24** per ottenere nell'a.a. 2019-2020 l'iscrizione al **secondo anno**; in caso contrario lo studente sarà iscritto al primo anno ripetente. Gli studenti della coorte 2018 dovranno acquisire, entro la sessione autunnale di esami (settembre 2020), un numero di crediti non inferiore a **60** per ottenere nell'a.a. 2020-2021 l'iscrizione al **terzo anno**; in caso contrario lo studente sarà

iscritto al secondo anno ripetente. Coloro i quali non raggiungessero le soglie minime previste dal comma precedente in ciascun anno saranno iscritti come studenti ripetenti.

Art. 11

Anticipazioni di esami

1. Lo studente ha la possibilità di anticipare una sola volta nel secondo anno fino ad un massimo di **18 CFU**, relativi a discipline attivate nell'a.a. 2019-2020, mediante compilazione di apposita modulistica disponibile sul sito internet dell'Ateneo.
2. Sulla richiesta di anticipazione, da presentare entro il 31 ottobre di ogni anno, si pronuncerà il Presidente del Corso di Studio.

Art. 12

Attività di tutorato

1. E' istituito un servizio di tutorato per gli studenti. Obiettivo del tutorato è orientare e assistere gli studenti nel corso degli studi, renderli attivamente partecipi del processo formativo, aiutarli a rimuovere gli ostacoli che impediscono una proficua frequenza dei corsi e assisterli nelle loro scelte formative.
2. Tra le attività di tutorato, in particolare, sono comprese: l'assistenza per la stesura dei piani di studio; l'assistenza per il superamento di ostacoli cognitivi che si frappongono al superamento delle prove di accertamento del profitto e assistenza per la scelta del lavoro di tesi.
3. Svolgono attività di tutorato cultori della materia e docenti individuati dal Presidente del Corso di laurea all'inizio di ogni anno accademico. I tutor seguono gli studenti loro assegnati per tutta la durata del corso di studio.

Art. 13

Attività di tirocinio

1. Gli stage rappresentano una preziosa occasione per completare la preparazione accademica, acquisendo competenze sul campo ed entrando in contatto con il mondo del lavoro, purché le attività siano coerenti con il percorso di studi.

2. L'ufficio stage e tirocini della LUMSA supporta lo studente in ogni fase, dal coordinamento della domanda e dell'offerta di stage, ai rapporti con le aziende /istituzioni ospitanti.
3. Per garantire il corretto svolgimento delle attività, chiunque intenda intraprendere uno stage è tenuto a rivolgersi all'ufficio stage e tirocini, seguendo le procedure previste (http://www.lumsa.it/ateneo_uffici_stage).

Art. 14

Mobilità internazionale

1. L'Ateneo incoraggia e sostiene l'importanza per i propri studenti di svolgere periodi di mobilità internazionale ivi inclusa la mobilità nell'ambito del programma Erasmus.
2. Gli studenti che intendono partecipare a progetti di mobilità internazionale, sulla base di accordi tra il nostro Ateneo e le Università straniere, sono tenuti ad osservare le procedure stabilite dall'Ateneo e pubblicate sul sito web della LUMSA nella sezione Relazioni internazionali.
3. Prima della partenza, lo studente deve essere in possesso del piano di studio (*Learning Agreement for studies*) contenente gli insegnamenti che intende frequentare nella sede ospitante e i relativi crediti formativi universitari, ovvero il programma di lavoro (*Learning Agreement for Traineeships*) da seguire all'estero per l'Erasmus per Traineeship, entrambi approvati sia dal coordinatore Erasmus dell'istituto di appartenenza che dall'istituto ospitante.
4. Gli studenti che partecipano a progetti di mobilità internazionale e che presentano certificazione di attività formative svolte durante il periodo di mobilità, potranno presentare istanza di riconoscimento al Coordinatore Erasmus.
5. I CFU conseguiti all'estero nell'ambito di mobilità Erasmus conferiscono un punto in più sulla votazione finale per la tesi (vedi Art. 17).
6. Gli studenti interessati a svolgere periodi di mobilità all'estero sono invitati a rivolgersi all'Ufficio Relazioni internazionali per assistenza e per ricevere informazioni sul grado di conoscenza delle lingue straniere richiesto per partecipare ai Bandi di mobilità internazionali

Art. 15

Certificazione delle lingue straniere

1. La didattica in lingua straniera, con l'ausilio del Centro Linguistico Internazionale per le Certificazioni (CLIC), si propone lo scopo di consentire agli studenti, attraverso percorsi di studio e verifiche periodiche dell'apprendimento, l'acquisizione di una adeguata e certificata conoscenza della Lingua inglese (Livello B2) e della Lingua spagnola (Livello A2).
Alla prova finale di Lingua inglese e di Lingua spagnola è attribuito un giudizio di idoneità.

Art. 16

Docenti del corso di studio

1. L'elenco dei docenti del corso di laurea è pubblicato annualmente sul sito web dell'ateneo.

Art. 17

Prova finale

1. La prova finale consiste nella discussione di un argomento pertinente ad una materia inclusa nel piano degli studi del corso di laurea. La prova è in forma orale, ma il candidato è tenuto a presentare alla Commissione di laurea una sintesi scritta del lavoro svolto.
2. L'argomento viene assegnato al laureando da un docente titolare di un insegnamento compreso tra le discipline del corso di laurea che, svolgendo il ruolo di relatore, sarà anche il garante del lavoro svolto.
3. Il voto di laurea, espresso in centodecimi, viene attribuito dalla Commissione di laurea su proposta del Docente relatore e prevede la valutazione del curriculum dello studente, dell'elaborato scritto e della discussione del candidato (qualità dell'esposizione, complessità dell'argomentazione dell'impianto teorico e difesa critica del proprio elaborato). Il punteggio che la Commissione potrà attribuire all'elaborato andrà da 0 a 5 punti: 0 e 1 indicheranno che l'elaborato è sufficiente; 2 e 3 che l'elaborato è buono; 4 e 5 che l'elaborato è ottimo. La Commissione potrà aggiungere al punteggio attribuito: 1 punto per coloro che discutono la tesi nel corso degli anni previsti dal piano degli studi; 1 punto per coloro che abbiano partecipato con profitto al Programma Erasmus, a condizione che abbiano acquisito CFU. La lode viene proposta dal relatore e deve essere approvata all'unanimità.

4. La Legge sanziona chi presenta, come propri lavori che siano opera di altri. Tutti gli studenti sono tenuti al rispetto del dettato normativo, adottando un comportamento corretto e trasparente nella stesura delle tesi o delle prove finali, così da evitare conseguenze derivabili dal reato, tra cui lo stesso annullamento del titolo illegittimamente conseguito.

CAPO IV

Norme finali e transitorie

Art. 18

Disposizioni finali

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento didattico vale quanto disposto dallo Statuto della LUMSA, dal Regolamento Didattico di Ateneo e dalla normativa vigente in materia.

Il Presidente del Corso di laurea
Prof.ssa Francesca Comunello

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Nel corso del triennio lo studente deve aver acquisito conoscenze e capacità di comprensione in merito agli aspetti fondamentali dei fenomeni comunicativi e alle loro diverse manifestazioni, in ambito micro e macro.

In particolare:

- il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** offre agli studenti gli strumenti per conoscere e comprendere le logiche di funzionamento dell'industria culturale e dei modelli di produzione per il settore dei media e degli eventi culturali;
- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** offre agli studenti gli strumenti per conoscere e comprendere le attività svolte nei diversi ambiti della Comunicazione d'impresa e del marketing;
- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** offre agli studenti gli strumenti per conoscere e comprendere le attività redazionali e le professioni giornalistiche.

L'obiettivo viene perseguito attraverso un'offerta interdisciplinare di base sia teorica che pratica, caratterizzata altresì dall'uso di bibliografie specialistiche e di settore, inerenti i risultati delle ricerche più recenti. Tali conoscenze verranno misurate attraverso prove intermedie e/o finali atte a verificare la padronanza degli strumenti teorici delle Scienze della Comunicazione, delle tecniche dell'Informazione e del Marketing, dei metodi propri della ricerca sul sistema mediale e sulle produzioni culturali.

Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding)

Lo studente deve essere in grado di tradurre dal piano teorico a quello pratico-professionale le conoscenze acquisite e sviluppare abilità specifiche nei diversi settori della comunicazione.

In particolare:

- il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** garantisce l'acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie alla produzione di testi e format nel settore della produzione culturale e audiovisiva (sceneggiature, transcodifiche per il web, storyboard, video, ecc.), per il settore dei media e degli eventi culturali e nell'ambito della direzione artistica;
- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** garantisce l'acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie alla gestione e valutazione delle attività svolte nei diversi ambiti della Comunicazione d'impresa e del

marketing e all'organizzazione di campagne pubblicitarie anche in relazione alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie della comunicazione;

- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** garantisce l'acquisizione delle conoscenze e delle competenze necessarie alla produzione di contenuti informativi attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, all'interno di redazioni giornalistiche, di uffici stampa e nelle relazioni pubbliche.

A tal fine il corso offre attività formative caratterizzanti, che individuano le peculiarità di ciascun contesto di comunicazione e fornisce gli strumenti che mettono in grado lo studente di ideare e sostenere argomentazioni nel proprio campo di studi e di proporre soluzioni in presenza di criticità eventualmente emergenti. La verifica del raggiungimento delle capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene attraverso test di autoverifica, lavori di gruppo in itinere e prove finali.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Nel corso del triennio lo studente deve aver maturato capacità di analisi critica e argomentativa dei diversi contenuti della comunicazione. In considerazione del percorso di studio intrapreso i laureati devono essere in grado di esercitare con autonomia di giudizio le conoscenze acquisite in diversi ambiti professionali.

In particolare:

- il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** permette di sviluppare autonomia di giudizio nell'analisi dei testi prodotti dall'industria culturale;
- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** permette di sviluppare autonomia di giudizio nella progettazione e valutazione delle attività legate alla comunicazione d'impresa;
- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** fornisce gli strumenti per operare all'interno di uffici stampa, redazioni giornalistiche, aziende editoriali ed enti pubblici e privati, nazionali e internazionali esercitando capacità critica e dimostrando autonomia di giudizio.

L'autonomia di giudizio dello studente viene sviluppata e valorizzata nel corso del triennio tramite lezioni frontali e attività di laboratorio che prevedono la realizzazione di progetti in collaborazione con enti esterni. La verifica dell'autonomia raggiunta è affidata alle prove d'esame e alla realizzazione e discussione della prova finale.

Abilità comunicative (communication skills)

Lo studente attraverso le attività formative previste dal corso di studi deve aver acquisito capacità relazionali e abilità comunicative ed espositive (in forma scritta e orale), esercitabili anche attraverso l'uso della lingua straniera e degli strumenti dell'informatica.

In particolare:

- il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** permette di acquisire capacità espositive e comunicative che consentono la trasmissione di contenuti culturali

attraverso la realizzazione di format per l'audiovisivo e la stesura di testi per l'industria culturale;

- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** permette di acquisire un linguaggio specialistico atto a sviluppare abilità comunicative spendibili nell'ambito della comunicazione pubblicitaria e promozionale, oltre che in quello dell'impresa;
- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** permette di acquisire le competenze necessarie a sviluppare abilità comunicative fondamentali nella gestione delle relazioni pubbliche volte alla produzione di testi informativi per redazioni giornalistiche e uffici stampa.

Tali abilità, sostenute dalla sensibilità verso diversi contesti socio-culturali, garantiscono la capacità di individuare per ciascun ambito di applicazione progetti e strategie di condivisione, problemi e soluzioni adeguate e di comunicarle in maniera adeguata a interlocutori di settore e non. Le abilità espositive e comunicative vengono monitorate nei lavori di gruppo in aula e verificate negli esami scritti e orali e nella prova finale.

Capacità di apprendere (learning skills)

Lo studente deve aver maturato una capacità di apprendimento avvalendosi di metodologie didattiche aperte al confronto fra diverse impostazioni che gli consentono di affrontare con un alto grado di autonomia il successivo ciclo di studi. Egli sarà pertanto in grado di stabilire propedeuticità fra le attività di base e le attività caratterizzanti e affini o integrative.

In particolare:

- il curriculum **Comunicazione culturale e format per l'audiovisivo** permette allo studente di apprendere le conoscenze fondamentali volte a comprendere le logiche di funzionamento dell'industria culturale necessarie all'ideazione e alla produzione di testi e format destinati al sistema massmediale;
- il curriculum **Comunicazione d'impresa, marketing e pubblicità** permette allo studente di apprendere le conoscenze fondamentali inerenti gli strumenti e le strategie della comunicazione d'impresa, del settore promozionale e pubblicitario;
- il curriculum **Giornalismo, relazioni pubbliche e uffici stampa** permette allo studente di apprendere le teorie e le tecniche del linguaggio giornalistico e quelle conoscenze fondamentali necessarie alla produzione di testi informativi;

I risultati attesi in merito alla capacità di apprendere i contenuti trasmessi sono verificati in itinere attraverso colloqui personali, prove intermedie, test di autovalutazione.