







Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PALERMO
Nome del corso in italiano 	Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (<i>IdSua:1572809</i>)
Nome del corso in inglese 	Public, Corporate and Advertising Communication
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità 
Lingua in cui si tiene il corso 	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/scienzedellacomunicazionepubblicadimpresaepubblicita2053
Tasse	http://www.unipa.it/amministrazione/direzionegenerale/serviziospecialeperlaididatticaeglistudenti/tasse-e-agevolazioni/
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale



Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	VACCARO Salvatore
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Coordinamento delle Classi L20, LM 59 e LM 92
Struttura didattica di riferimento	Culture e società

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	CAPPELLO	Gianna Maria		PA	.5	
2.	COGLITORE	Roberta		PA	.5	
3.	DINO	Alessandra		PO	.5	
4.	MACALUSO	Marilena		PA	1	
5.	MANGANO	Dario		PA	1	
6.	OLIVERI	Antonino Mario		PA	.5	
7.	PATERNOSTRO	Giuseppe		PA	1	
8.	VACCARO	Salvatore		PO	1	

Rappresentanti Studenti

Aloui Kaouthar
Cicirello Ylenia
Curti Gialdino Martina
Giudice Antonio Luis
Mtir Ichrak
Quagliano Valerio
Rosavalle Samuele
Rotondo Eleonora
Venezia Cristina

Gruppo di gestione AQ

Salvatore (Personale TA) Squillaci
Gianna (P.A.) Cappello
Filippo (studente) Comito
Alessandra (P.A.) Dino
Salvatore (P.O.) Vaccaro

Tutor

Roberta COGLITORE
Marilena MACALUSO
Dario MANGANO
Alessandra DINO
Nunzio LA FAUCI
Giuseppe PATERNOSTRO
Antonino Mario OLIVERI
Gianna Maria CAPPELLO



Il Corso di Studio in breve

25/05/2020

Il CdLM è il risultato della trasformazione e riunificazione dei CdLM in 'Comunicazione d'Impresa e Pubblicità' e 'Scienze della comunicazione sociale e istituzionale'. L'Ordinamento didattico è stato approvato dal SA il 06.03.2012 e emanato, con DR, il 22.05.2012. Il corso inoltre offre la possibilità del conseguimento di un doppio titolo di laurea con l'Università Al Manar

di Tunisi.

Focus del CdLM sono il management della comunicazione nelle organizzazioni pubbliche, private e del terzo settore, l'attività delle agenzie pubblicitarie, la definizione e la gestione della 'corporate image' aziendale a tutti i livelli della pubblica amministrazione e delle istituzioni politiche.

Il CdLM vuole formare, con il suo percorso che completa quello della L20 (Medie e istituzioni), professionisti che accedano al mondo del lavoro con elevate competenze teorico-metodologiche capaci di realizzare prodotti comunicativi di buon livello e campagne promozionali (articolate in ogni aspetto) fondate su una solida base teorica e dirette a enti e aziende pubbliche e ad imprese pubblicitarie.

Link: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazionepubblicadimpresaepubblicita2231>



QUADRO A1.a

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

27/01/2021

A ridosso dell'istituzione del corso, il Consiglio di Coordinamento, consapevole della necessità di un continuo confronto con il territorio, presentò la propria offerta formativa ex DM 270/2004 ad un uditorio di 79 ospiti afferenti a 55 differenti enti pubblici e privati: si discusse sui nuovi corsi, sui principi della riforma, sui servizi di ateneo per gli studenti e sul ruolo degli stakeholders. In quell'occasione si avviò l'iniziativa del Partenariato della Conoscenza, cui le organizzazioni hanno aderito al fine di supportare il Consiglio di coordinamento nell'attività di valutazione della didattica e della ricerca, avviare collaborazioni su stage, tirocini, esperienze aziendali, seminari di orientamento e formativi, formulare strategie d'indirizzo comuni per lo sviluppo e la coesione economica e sociale del territorio. Tale attività collaterale, in mutate forme, si svolge tuttora.

Tra le numerose valutazioni favorevoli espresse in quella consultazione del 28 novembre 2008:

- il Direttore della RAI Sicilia ha apprezzato la forte volontà di collegamento col mondo del lavoro auspicando il coinvolgimento di docenti professionisti per arricchire il processo di acquisizione dei saperi con competenze tecniche e per permettere agli studenti e ai laureati di stare al passo con i profondi cambiamenti in atto nel mondo dei media;
- la referente dell'Associazione Italiana Comunicazione Pubblica e Istituzionale ha dichiarato che gli obiettivi formativi illustrati vanno nella direzione adeguata per rispondere alle attuali esigenze del mercato del lavoro.

QUADRO A1.b

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

26/04/2021

LE CONSULTAZIONI PRECEDENTI SONO RIPORTATE NEL PDF ALLEGATO

2020/2021

Venerdì 26 marzo 2021, alle ore 17, su piattaforma Skype, dopo una serie di contatti pregressi, si è tenuto un incontro con alcuni stakeholders rappresentanti di imprese e società che realizzano prodotti di comunicazione in Italia e all'estero con le quali esistono da tempo interlocuzioni, a vario titolo, con alcune attività didattiche dei corsi di studi di Scienze della comunicazione.

Sono presenti i proff. S. Vaccaro (Presidente del consiglio di coordinamento dei corsi di laurea e di laurea magistrale in Scienze della comunicazione dell'Università degli Studi di Palermo), S. Arcagni e S. Di Bella, e i dott. C. Blengino (Studio legale Blengino di Torino), M. Cacciamani (Anica/One More Pictures), C. Castoro (Wise Society), M. Chiriatti (IBM Italia), G. Geminiani (Impersive/Brandon Box), P. Giovine (Pubcoder di Torino), G. Gaia (Invisible Studio di Londra), I. Ocnarescu (Strate Design College di Parigi) e C. Rodomonti (Rai Cinema Channel VR).

Obiettivo dell'incontro è la presentazione dei corsi nell'impianto generale che ispira la complessa offerta formativa dell'ateneo di Palermo (due lauree triennali della Cl. L-20, e due lauree magistrali delle cl. LM-59 e LM-92), ma anche nel dettaglio dei percorsi di studi offerti agli studenti e alle studentesse iscritte.

Dopo la presentazione dei corsi effettuata dal prof. Vaccaro e gli interventi dei colleghi Arcagni e Di Bella, i quali hanno rievocato le occasioni di interlocuzione già avvenuti sia pure episodicamente (testimonianze in occasioni di lezioni, seminari, ecc.), hanno preso la parola a turno i partecipanti. Dai loro interventi è emersa la soddisfazione per l'attenzione mostrata nell'offerta formativa ai corsi dedicati alle nuove tecnologie, ai nuovi media, al processo di comunicazione digitale in generale, in entrambi i livelli di alta formazione. In particolare, è risultata apprezzabile l'istituzione di uno specifico curriculum in Social Media al III anno del corso di laurea in Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni. È stata avanzata l'ipotesi di un approfondimento di tali temi anche

a livello di magistrale, eventualmente con l'analoga configurazione di un curriculum dedicato alla comunicazione digitale in una società in via di digitalizzazione accelerata. È stata suggerita l'ipotesi da verificare di attivare un insegnamento giuridico sulle nuove frontiere del diritto nella sfera pubblica e privata dei social media e del digitale.

In conclusione, dopo un'ora di riunione, i partecipanti hanno dichiarato la propria disponibilità a cooperare, da remoto ma anche in presenza, e in forme e modalità da concordare, con i corsi di Scienze della comunicazione attivati dall'Università di Palermo (o con altre esperienze formative eventualmente attivabili in futuro, ad esempio Master), offrendo altresì opportunità di tirocini curriculari a quegli studenti che possano effettuarli in presenza nelle sedi delle società e imprese convenute. Il Coordinatore e i colleghi presenti si sono impegnati a proseguire i contatti per renderli proficui e utili alla platea studentesca.

Il giorno 21 del mese di aprile 2021 alle ore 18.30, su invito del Coordinatore dei Corsi di Laurea e Laurea Magistrale in Scienze della comunicazione prof. Salvatore Vaccaro, si riuniscono sulla piattaforma informatica Zoom i seguenti docenti del Dipartimento Culture e Società che insegnano in alcuni dei corsi sopra citati: proff. G. Marrone, D. Mangano, A. Giannitrapani e F. Mangiapane

Sono presenti inoltre i seguenti rappresentanti delle parti sociali: dott. G. Mandina (Dirigente scolastico dell'Istituto Professionale Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera 'Ignazio e Vincenzo Florio' di Trapani), A. Aiello (giornalista critico del Gambero Rosso e de l'Espresso), M. Caracci (rappresentante del Consorzio Regionale per la Ricerca Applicata e la Sperimentazione nell'ambito del sistema agroalimentare CORERAS), M. Barbera (titolare dell'omonima azienda per la produzione di olio d'oliva), Ivo Basile (ufficio marketing dell'azienda vitivinicola Tasca).

Questo incontro viene convocato sulla base delle interlocuzioni informali occorse fra i soggetti sopra indicati nel corso delle quali venivano più volte sensibilizzati i docenti dell'Università alla creazione di specifici percorsi formativi inerenti la cultura e la comunicazione dell'enogastronomia. Tali discussioni peraltro si accompagnano agli ottimi risultati raggiunti in occasione dello svolgimento del progetto Erasmus+ intitolato 'Culture and Communication of Taste' coordinato dall'I.P.S.E.O.A 'Ignazio e Vincenzo Florio di Trapani', cui ha partecipato il Dipartimento Culture e Società insieme a istituti scolastici secondari e atenei della Bulgaria e della Lituania.

Dopo la presentazione dei corsi effettuata dai proff. Vaccaro e Marrone prendono la parola a turno i partecipanti.

La dott.ssa Mandina informa i presenti che dal prossimo anno scolastico l'Istituto da lei diretto offrirà un corso liceale specificamente indirizzato all'enogastronomia il cui piano di studio coniugherà materie legate alla tipica formazione liceale a percorsi di approfondimento legati alla cultura del cibo e alla valorizzazione del territorio.

Dalla discussione che segue all'intervento del dirigente scolastico emerge l'opportunità di pensare specifici percorsi universitari in cui gli studi del Liceo Enogastronomico possano essere approfonditi specialmente nella direzione dei processi comunicativi. In tal senso il dott. Aiello ribadisce la cruciale importanza di competenze specifiche per operare nell'attuale mercato enogastronomico che a fronte di una costante espansione richiede crescenti competenze. Si associano a tale riflessione i dott. Barbera e Basile che argomentano l'importanza per le aziende di avere professionisti che abbiano ricevuto una specifica formazione in merito alla cultura del cibo e del vino, figure che oggi risultano di difficilissimo reperimento nel mondo di lavoro. Ribadiscono inoltre come il comparto enogastronomico sia oggi uno degli assi portanti dell'economia della Sicilia, e come sempre più i prodotti dell'isola riescano a conquistare i mercati internazionali anche grazie a catene come Eataly che stanno facendo conoscere tali prodotti nel mondo. Il dott. Caracci, consulente di marketing per numerose aziende del settore, precisa inoltre l'impulso che a tali consumi ha dato il commercio elettronico. La pandemia ancora in corso sembra aver favorito peraltro l'utilizzo dell'e-commerce che sembra essere una soluzione importante per i problemi di distribuzione che affliggono la Sicilia. Il venir meno degli ostacoli al trasporto e l'ampliamento dei mercati tuttavia rende ancor più importante avere professionisti che conoscano la produzione dei vari territori e che sappiano presentarla a una platea sempre più ampia e internazionale confrontandosi con le diverse culture alimentari.

In conclusione, dopo un'ora di riunione, i partecipanti dichiarano la propria disponibilità a cooperare in forme e modalità da concordare con i corsi di Scienze della comunicazione attivati dall'Università di Palermo, nonché con altre esperienze formative come un Master in Comunicazione per l'enogastronomia recentemente presentato dal Dipartimento sotto il coordinamento del prof. Marrone, offrendo altresì opportunità di tirocini curriculari. Il Coordinatore e i colleghi presenti si sono impegnati a proseguire i contatti e ad estendere le riflessioni al Consiglio di Corso di Laurea per valutare la possibilità di creare degli indirizzi nelle lauree attualmente erogate che presentino un'offerta di materie volta a creare i professionisti le cui competenze sono state tratteggiate durante la riunione. Appare strategico per l'Ateneo infatti offrire in primis agli studenti del Liceo Enogastronomico di Trapani, e agli altri che si prevede nasceranno nel paese, una offerta formativa che consenta agli studenti una ulteriore specializzazione di livello universitario.

Link :

<http://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/scienzedellacomunicazionepubblicadimpresaepubblicita2053/qualita/stakeholders.htm>
(Consultazione con gli stakeholders)

▶ QUADRO A2.a | Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Manager della comunicazione

funzione in un contesto di lavoro:

Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate

competenze associate alla funzione:

- Curare i rapporti con i mezzi di informazione
- Curare i rapporti con le istituzioni
- Redigere testi per discorsi ufficiali o comunicati stampa
- Organizzare conferenze stampa
- Curare l'immagine dell'azienda o dell'ente
- Coordinare il lavoro o le attività

sbocchi occupazionali:

- Ambito della libera professione
- Uffici per le Relazioni con il Pubblico (URP) in enti pubblici
- Aziende che prevedano uffici di relazioni con il pubblico
- Uffici stampa

Dirigente della comunicazione in imprese private

funzione in un contesto di lavoro:

Coordinamento delle attività di comunicazione
Redattori di testi tecnici e specialistici

competenze associate alla funzione:

- Redigere i testi informativi e le istruzioni per l'uso relative a prodotti e servizi sia fisici sia software
- Migliorare la fruibilità delle interfacce
- Predisporre e revisionare testi verbali
- Curare gli aspetti visivi della comunicazione
- Predisporre e curare l'aggiornamento dei manuali di istruzioni per l'uso
- Raccogliere dati e informazioni sui prodotti, l'andamento delle vendite e i risultati di campagne di comunicazione
- Coordinare le attività di comunicazione su media differenti

sbocchi occupazionali:

- Ambito della libera professione
- Uffici marketing e pubblicità

Direttore creativo

funzione in un contesto di lavoro:

Direzione e coordinamento nella redazione di testi per la pubblicità

competenze associate alla funzione:

- Analizzare il mercato al fine di ideare e mettere a punto strategie di comunicazione efficaci

- Predisporre piani media per la diffusione di messaggi
- Scrivere testi pubblicitari per un target ben preciso selezionando di conseguenza messaggi e linguaggi
- Ideare, predisporre e valutare campagne pubblicitarie
- Individuare e selezionare idee creative per campagne di comunicazione
- Ideare identità visive
- Scrivere e curare la realizzazione di audiovisivi (spot, interviste, video aziendali) per il web e per la televisione
- Ideare e curare testi per la radio
- Scrivere annunci o articoli per la stampa
- Creare slogan
- Coordinare le diverse attività finalizzate alla realizzazione di artefatti comunicativi

sbocchi occupazionali:

- Ambito della libera professione
- Enti pubblici e privati che prevedano uffici di comunicazione e pubblicità
- Aziende che prevedano la cura della propria immagine e/o quella dei propri prodotti mediante campagne di comunicazione su vari mezzi

Specialista in Social Media Management

funzione in un contesto di lavoro:

Specialista nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione

competenze associate alla funzione:

- Comprensione e analisi di fenomeni sociali, politici, culturali
- Analisi dei flussi comunicativi e delle tendenze sul Web
- Conoscenze dei processi di newsmaking
- Analisi del traffico informatico attraverso strumenti software
- Ideazione, implementazione e gestione di una campagna di comunicazione sui Social Media
- Padronanza del linguaggio verbale e visivo
- Conoscenza e uso degli strumenti di profilazione utente on line

sbocchi occupazionali:

- Social Media Manager come libero professionista o all'interno di aziende di servizi
- Consulente per aziende commerciali, partiti politici, personaggi del mondo dello spettacolo ecc.
- Realizzazione di Canali social sui più diversi argomenti



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
2. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
3. Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
4. Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

Dipartimento: Culture e Società

Classe: LM-59 Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Corso di Laurea Magistrale: Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

Requisiti curriculari

Per l'accesso al corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità non è previsto un numero di studenti programmato a livello locale.

Sono ammessi al corso di laurea magistrale:

a) tutti coloro che hanno conseguito o stanno per conseguire presso un Ateneo italiano, una Laurea nelle seguenti classi:

- Classe L-20 (DM 270/04) ex Classe 14 (DM 509/99) Scienze della Comunicazione;
- Classe L-1 (DM 270/04) ex Classe 13 (DM 509/99) in Beni Culturali
- Classe L-4 (DM 270/04) ex classe 42 (DM 509/99) Disegno industriale;
- Classe L-5 (DM 270/04) ex Classe 29 (DM 509/99) Filosofia
- Classe L-15 (DM 270/04) ex Classe 39 Scienze del Turismo
- Classe L-16 (DM 270/04) ex Classe 19 Scienze dell'Amministrazione e dell'Organizzazione
- Classe L-18 (DM 270/04) ex Classe 17 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- Classe L-37 (DM 270/04) ex Classe 35 Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
- Classe L-40 (DM 270/04) ex Classe 36 Sociologia
- Classe L-42 (DM 270/04) ex Classe 38 Storia

b) altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo;

c) i laureati o laureandi in una Classe diversa purché in possesso di almeno 30 cfu nei seguenti settori scientifico-disciplinari:

SSD CFU

L-LIN/12* 6

Da SPS/01 a SPS/12 12

M-FIL/01, M-FIL/02, M-FIL/03, M-FIL/04, M-FIL/05, M-FIL/06 6

L-FIL-LET/14** 6

L'ammissione degli studenti è inoltre subordinata al superamento di una verifica dell'adeguatezza della personale preparazione con secondo le modalità e le procedure indicate nel Regolamento didattico del corso di studio.

Note

* Il corso di laurea ha deliberato per il settore: L-LIN/12 l'affinità ai settori da L-LIN/01 a L-LIN/ 21 e L-OR/12 (essendo per altro le lingue equivalenti e a scelta nei vari percorsi individuali).

** Il corso di laurea ha deliberato per il settore: L-FIL-LET/14 l'affinità ai settori L-LIN/03, L-LIN/05, L-LIN/10, L-LIN/13, L-LIN/18, L-LIN 21, L-OR/12 e L-FIL-LET/04.

Nel caso in cui lo studente non sia in possesso dei cfu necessari, potrà conseguire gli stessi mediante l'iscrizione a corsi singoli attivati nell'Ateneo secondo le modalità fissate da questo Ateneo.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

L'ammissione al corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avverrà direttamente per chi è laureato nei corsi di laurea di cui alla lett. a del quadro A3.a.

Per chi proviene da corsi di laurea conseguiti all'estero di cui alla lett. b), per tutti i laureandi e infine per chi proviene dai corsi di

laurea di cui alla lett. c) del quadro A3.a con un punteggio inferiore a 90/110, l'ammissione al corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avverrà con un colloquio di verifica della personale preparazione dello studente, inclusa la conoscenza della lingua Inglese di livello B2.

Tali colloqui si svolgeranno in tre date tra settembre e novembre, secondo un calendario fissato dalla Commissione e pubblicato sul portale del Dipartimento Culture e società.

Nel caso in cui lo studente non superasse il colloquio, la Commissione gli assegnerà un percorso formativo (indicandone la relativa bibliografia) e fisserà la data in cui ripetere il suddetto colloquio.

Qualora lo studente fosse in possesso di un settore diverso da quelli elencati nel quadro A3.a, ma affine, il Consiglio di Corso di Studio potrà procedere, con delibera motivata, alla convalida, riconoscendo come adeguato e coerente un settore affine rispetto al percorso formativo della Laurea Magistrale.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Requisiti per l'accesso e modalità di verifica

QUADRO A4.a | Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

27/01/2021

Il corso di laurea in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità mira alla formazione di professionisti che accedano all'ampio e variegato mondo della comunicazione con elevate competenze teorico-metodologiche che li mettano in grado di realizzare artefatti di livello professionale e campagne di comunicazione efficaci

Tali campagne, fondate su una solida base teorica, e articolate in ogni aspetto strategico, sono promosse da aziende, imprese pubblicitarie, enti e aziende pubbliche, come pure istituzioni politiche e soggetti di varia natura.

Le discipline del corso sono volte a fare acquisire conoscenze approfondite riguardo alla gestione della comunicazione in aziende, istituzioni e amministrazioni locali e nazionali, enti pubblici e organizzazioni no profit. Campi a cui viene dato particolare risalto sono quelli della pubblicità e della comunicazione sui media digitali, a proposito dei quali vengono forniti gli strumenti teorici e metodologici nonché le conoscenze pratiche per curare campagne pubblicitarie, organizzare e promuovere eventi, produrre messaggi per il web e diffonderli, produrre contenuti per la stampa e svolgere pubbliche relazioni.


Nell'insegnamento delle tecniche pubblicitarie ricevono il peso appropriato tutti gli aspetti coinvolti che vanno dalle nozioni di grafica agli aspetti linguistici, passando per le conoscenze tecniche indispensabili per governare i processi comunicativi prodottisi con lo sviluppo di Internet.

La comunicazione è studiata sia in funzione delle esigenze comunicative delle aziende private che di quelle a capitale pubblico, per la pubblica amministrazione e il Terzo settore, con particolare attenzione alla funzione dei diversi media coinvolti e alle interazioni che si producono fra essi.

Fra le attività cui prepara il corso: il management della comunicazione nelle organizzazioni pubbliche, private e del terzo settore, l'attività delle agenzie pubblicitarie, la definizione e la gestione della 'corporate image' aziendale, la gestione dell'identità e della presenza sui media digitali.

Il percorso formativo è incentrato su attività formative caratterizzanti relative alle Discipline della comunicazione pubblica e di impresa ed alle Discipline sociali, psicologiche e dei linguaggi. Ulteriori attività formative finalizzate a completare la conoscenza delle Scienze della Comunicazione riguardano lo studio delle scienze umane limitrofe e complementari (Analisi linguistica dei testi pubblici, Comunicazione letteraria, Teoria politica) utili a orientare il percorso formativo curriculare verso le esigenze espresse dal mercato del lavoro.

Durante il Corso di laurea magistrale lo studente avrà l'opportunità di sperimentare in prima persona, attraverso un tirocinio del peso di 6 CFU e mediante specifiche attività formative, il proprio futuro ruolo professionale. Secondo una logica di empowerment, tali attività saranno orientate verso specifici indirizzi che saranno proposti in sede di programmazione didattica anche in base agli interessi ed alle competenze personali, nonché alle conoscenze utili per l'inserimento in un mercato del lavoro qual è quello della comunicazione che si caratterizza per uno spiccato dinamismo. Tale attività consentirà anche di acquisire padronanza di una lingua dell'Unione Europea già studiata durante la laurea triennale. Saranno inoltre destinati 9 CFU ad ulteriori attività formative a scelta

 **QUADRO A4.b.1** | **Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi**

<p>Conoscenza e capacità di comprensione</p>	<p>I laureati magistrali in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM 59) saranno messi in grado di sviluppare elevate conoscenze che potenzino quelle acquisite nel percorso formativo di primo livello, permettendo loro di raggiungere conoscenze di livello superiore, come pure maggiori e notevoli capacità di comprensione della componenti contemporanee della comunicazione pubblica e di impresa.</p> <p>Le discipline comprese nell'ambito delle teorie e tecniche della comunicazione hanno la funzione di fare conseguire ai laureati una approfondita conoscenza dei sistemi di elaborazione dei processi comunicativi. I laureati conseguiranno anche la conoscenza delle teorie e dei metodi delle discipline socio-politiche e psicologiche, avendo come punto di partenza la ricerca Novecentesca e le nuove frontiere della comunicazione politica, con particolare riguardo alla tematica dell'identità globale e dei conflitti di potere nella società in rete (network society).</p> <p>Tale obiettivo sarà raggiunto attraverso l'analisi comparata dei temi, delle argomentazioni, delle tecniche e degli obiettivi comunicativi presentati all'interno delle discipline oggetto di studio. Il percorso di studi stimolerà inoltre la riflessione sui temi della deontologia professionale e dell'etica della comunicazione pubblica, pubblicitaria e politica. I laureati in Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità avranno conseguito un'elevata competenza nei contenuti e nelle metodologie delle discipline studiate che consentono un approfondimento autonomo della propria formazione e un responsabile sviluppo e/o applicazione originale di idee, anche in un contesto di ricerca avanzata, sia teorica che applicativa caratteristica di una Laurea magistrale.</p> <p>Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento, contemplando l'uso di media tecnologicamente avanzati, secondo metodiche specifiche, con l'ausilio di modalità frontali e relazionali, in itinere e finali, e con momenti di approfondimento laboratoriale per quegli insegnamenti professionalizzanti, tesi altresì a trasformare gli allievi in soggetti protagonisti della vita comunicativa del corso di laurea e della promozione delle sue attività culturali e collaterali. La verifica sarà effettuata mediante esame finale, lungo un percorso che può contemplare verifiche intermedie.</p>	
<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	<p>Il percorso formativo relativo alle discipline comprese nell'ambito della comunicazione pubblica e d'impresa offrirà al laureato la capacità di intercettare e comprendere i flussi comunicativi della contemporaneità, di decodificare i processi di sviluppo economico-sociale nei quali si inseriscono, nonché di comprendere le logiche aziendali che li innervano. I laureati saranno in grado di leggere i fenomeni sociologici e comunicativi contemporanei con riferimento a una società sempre più dinamica e globalizzata e con una particolare sensibilità al continuo rimodellamento dei confini fra media e ai diversi linguaggi che usano. Inoltre, i laureati svilupperanno la capacità di applicare le conoscenze acquisite relative alle discipline sociali, culturali, politologiche e dei linguaggi, non solo per analizzare molteplici fenomeni comunicativi (in particolare quelli tipici della comunicazione pubblica e istituzionale) ma anche per produrre artefatti comunicativi applicando quanto appreso nei diversi laboratori.</p>	

Il laureato magistrale avrà seguito un percorso formativo che non solo avrà ampliato le sue conoscenze ma gli avrà consentito di sviluppare – attraverso la didattica di piccoli gruppi, i laboratori e gli stage – le abilità interpersonali, analitiche, esplicative, creative e di auto-gestione necessarie per la maturazione di un approccio professionale efficace. In accordo con la logica più avanzata dell'empowerment, lo studente acquisirà la capacità di applicare le conoscenze acquisite nell'ideazione e realizzazione di un progetto creativo, analitico e/o professionale da presentare alla prova finale.

Ai fini della verifica e del conseguimento di tali capacità, le metodologie didattiche adottate prevedono una partecipazione attiva degli studenti, con esercitazioni, prove in itinere, simulazioni della prova finale nelle modalità indicate nella Scheda di trasparenza, volte a sviluppare la capacità di leggere e interpretare testi complessi, le capacità comunicative, relazionali e di lavoro in gruppo, le capacità applicative delle tecniche studiate e le capacità di problem solving. Funzionali all'incremento di queste capacità sono anche i tirocini presso le imprese. Ciascun docente potrà avvalersi di strumenti didattici tradizionali o mediati da tecnologie comunicative a distanza. La verifica sarà effettuata mediante esame finale, sebbene siano possibili a seconda dei casi prove intermedie.



QUADRO A4.b.2

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

Area delle discipline economico-statistiche (SECS-P/10, SECS-S/05)

Conoscenza e comprensione

L'area delle discipline economico-statistiche raggruppa le discipline che offrono agli studenti le conoscenze relative alle strategie di impresa, alla gestione del personale, alla consultazione degli utenti e alla relativa analisi.

Lo studio di 'Organizzazione e gestione delle risorse umane' mira all'acquisizione dei saperi relativi ai più importanti fenomeni legati alle dinamiche contemporanee del lavoro organizzato e alle teorie e alle tecniche di gestione del personale nelle organizzazioni pubbliche e private sia in una prospettiva di ricerca che di esercizio di attività professionali.

'Teorie e tecniche del sondaggio di opinione' mira a fare acquisire allo studente la capacità di comprendere e elaborare specifici disegni di indagine volti alla descrizione e spiegazione di fenomeni da analizzare.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area delle discipline economico-statistiche comprende le discipline che offrono agli studenti i mezzi per comprendere ed analizzare fenomeni economici, di organizzazione di azienda e customer satisfaction.

'Organizzazione e gestione delle risorse umane' fornisce la capacità di analizzare i casi di studio e di esercitare il problem-solving sulle tematiche relative, mentre lo studio di 'Teorie e tecniche del sondaggio di opinione' dà la capacità di impiegare le conoscenze acquisite in maniera critica ed in prospettive diverse dipendenti dal l'obiettivo specifico che vogliono cogliere attraverso l'impiego dei sondaggi d'opinione.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL SONDAGGIO DI OPINIONE [url](#)

Area delle discipline filosofico-letterarie e dell'espressione (L-FIL-LET/12, L-FIL-LET/14, L-LIN/01, SPS/01)

Conoscenza e comprensione

Le discipline di questa area offrono agli studenti competenze di pragmatica della comunicazione e conoscenze in ambito della pratica linguistica e letteraria, nonché di teoria politica.

'Analisi dei testi pubblici' fa acquisire agli studenti gli elementi essenziali della pragmatica linguistica (concetto di contesto, deissi, teoria degli atti linguistici, principio di cooperazione, organizzazione della conversazione, massime della cortesia) e della linguistica testuale (tipi testuali, requisiti della testualità); conoscenza delle principali caratteristiche dei linguaggi settoriali con particolare riferimento al linguaggio pubblico (linguaggio della politica, linguaggio amministrativo, linguaggio giornalistico) e alle forme espressive che maggiormente hanno descritto la realtà e la società italiana dal secondo dopoguerra a oggi (linguaggio cinematografico). Offre anche la conoscenza delle principali teorie e tecniche di riscrittura dei testi amministrativi, la capacità di riconoscere gli elementi contestualmente rilevanti di un atto comunicativo dato e la conoscenza del lessico della disciplina e capacità di utilizzarlo in modo pertinente.

'Comunicazione letteraria' offre gli strumenti per l'acquisizione di conoscenze e capacità di comprensione nello studio delle più importanti questioni teoriche della letteratura proposte, al fine di estendere e/o rafforzare il sapere appreso durante il primo ciclo. Grazie alla lettura dei testi consigliati gli studenti potranno dimostrare di avere acquisito la conoscenza di alcuni temi cruciali del dibattito letterario.

'Teoria politica' porta lo studente ad acquisire la padronanza delle mappe concettuali della politica intesa nel senso più ampio, offrendogli la conoscenza della politica intesa come l'insieme di mezzi volti ad ottenere un effetto e spiegando il rapporto tra l'agire politico e l'agire morale e definendo l'azione politica mostrando come questa si possa materializzare nell'uso del potere.

"Critica linguistica della comunicazione" dà agli e alle discenti competenze di tutti i livelli dell'analisi linguistica, dalla fonetica all'analisi del testo, da applicare ad una considerazione critica del farsi della comunicazione pubblica: da quella parlata, alla scritta di registro formale, alla scritta sui media tradizionali e non. Una attenzione specifica vi è riservata alla sintassi e al suo collegamento con la retorica, verificate in concrete analisi di testi comunicativi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le discipline di questa area offrono agli studenti le necessarie nozioni di pragmatica della comunicazione e di comunicazione letteraria, nonché gli strumenti per comprendere fenomeni politici moderni e contemporanei.

'Analisi dei testi pubblici' offre agli studenti la possibilità di raggiungere la capacità di analizzare sul piano pragmatico e linguistico testi pubblici di diversa natura, sia scritti sia orali. Dà anche la capacità di compiere inferenze a partire da una situazione comunicativa data e la capacità di riscrivere un breve testo pubblico, applicando le tecniche di semplificazione e riscrittura.

'Comunicazione letteraria' offre allo studente gli strumenti di applicare le loro conoscenze per giungere a un approccio professionale nell'analisi dei testi letterari di diverse epoche e culture. Lo studente raggiungerà anche competenze adeguate per inserire tematiche nuove in contesti più ampi (o interdisciplinari), che per rispondere alle più attuali questioni che la letteratura contemporanea pone con maggiore urgenza.

'Teoria politica' fornisce la capacità di coniugare gli elementi teorici, come lo studio della politica intesa nel senso più ampio come l'insieme di mezzi volti ad ottenere un effetto, con l'operatività della pratica della comunicazione.

"Critica linguistica della comunicazione" sviluppa nei e nelle discenti capacità di lettura professionale di testi comunicativi pubblici e, con le capacità di lettura e di analisi, le correlate capacità di una costruzione di tali testi che non ne curi soltanto la correttezza formale, la felicità e l'efficacia pragmatica, ma anche la qualità compositiva.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI TESTI PUBBLICI [url](#)

COMUNICAZIONE LETTERARIA [url](#)

CRITICA LINGUISTICA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

TEORIA POLITICA [url](#)

Area delle discipline della pubblicità (M-FIL/05, SECS-P/08)

Conoscenza e comprensione

Le discipline dell'area della pubblicità offrono allo studente i mezzi per conoscere e comprendere il funzionamento dei processi di comunicazione pubblicitaria.

'Semiotica del brand' offre la capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi. Allo studente sono inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di sviluppare nuovi prodotti di comunicazione avendo ben presenti gli aspetti strategici che li caratterizzano.

I due laboratori professionali obbligatori di Progettazione di una campagna pubblicitaria e di Virtual reality forniscono la capacità di generare l'idea creativa, il percorso narrativo, le principali soluzioni tecniche di ripresa e di montaggio utilizzando il linguaggio, gli strumenti tecnici e l'impiego dell'analisi semiotica della costruzione del senso di un audiovisivo e di ogni altro strumento comunicativo di next generation.

Marketing delle imprese pubblicitarie. Gli studenti dovranno acquisire gli strumenti idonei relativi alle strategie d'impresa con particolare riguardo alle politiche di marketing. Capacità di utilizzare il linguaggio specifico proprio dell'economia e gestione delle imprese e del marketing in un contesto lavorativo. Lo studente dovrà essere capace di applicare le conoscenze, avere capacità di comprensione e abilità nel risolvere problemi concernenti tematiche nuove o non familiari, inserite in contesti interdisciplinari, inclusa la riflessione su temi di strategia commerciale d'impresa e le sue implementazioni operative.

Inoltre, gli studenti acquisiranno gli strumenti più avanzati relativi alle strategie d'impresa e al loro significato ai fini della loro direzione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le discipline dell'area della pubblicità offrono allo studente i mezzi per conoscere e comprendere il funzionamento dei processi di comunicazione pubblicitaria.

'Semiotica del brand' offre la capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi. Allo studente sono inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di sviluppare nuovi prodotti di comunicazione avendo ben presenti gli aspetti strategici che li caratterizzano.

I due laboratori professionali obbligatori di Progettazione di una campagna pubblicitaria e di Virtual reality forniscono la capacità di generare l'idea creativa, il percorso narrativo, le principali soluzioni tecniche di ripresa e di montaggio utilizzando il linguaggio, gli strumenti tecnici e l'impiego dell'analisi semiotica della costruzione del senso di un audiovisivo e di ogni altro strumento comunicativo di next generation.

Marketing delle imprese pubblicitarie. Lo studente dovrà mostrare la capacità di integrare alle conoscenze di comunicazione d'impresa all'interno delle più ampie conoscenze delle politiche strategiche ed operative di marketing. Ad un livello superiore, questi dovrà essere in grado di riconoscere il dovuto grado di integrazione delle politiche di marketing strategico all'interno della più ampia strategia d'impresa.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE [url](#)

SEMIOTICA DEL BRAND (*modulo di SEMIOTICA DEL BRAND, LAB PROF PROG CAMP PUBBL E LAB PROF VIRT REALITY*) [url](#)

Area delle discipline sociali (M-PS/05, SPS/07, SPS/11, SPS/12, SPS/08)

Conoscenza e comprensione

L'area delle discipline sociali raggruppa gli insegnamenti che offrono agli studenti i mezzi per conoscere e analizzare fenomeni sociali e offrirne una corretta interpretazione a livello di singolo e di gruppi, come pure del territorio e di analisi e sintesi anche con strumenti informatici

'Psicologia sociale' vuole fornire agli studenti il necessario bagaglio di nozioni che permetta loro di documentarsi autonomamente sui testi di approfondimento relativi agli aspetti della psicologia sociale trattati con particolare riguardo a tematiche di ordine comunicativo del singolo e dei gruppi..

'Sociologia dei consumi e degli stili di vita' porta all'acquisizione delle conoscenze delle competenze, delle tecniche e degli strumenti necessari all'analisi degli stili di consumo nazionali e internazionali in relazione agli stili di vita diffusi, ai modelli culturali di consumo (individuali e collettivi), alle nuove forme di organizzazione dei consumi collettivi, ai valori culturali, alle strategie economiche micro e macro

'Sociologia politica', da parte sua, porta all'acquisizione di conoscenze relative ai contributi teorici ed alle principali ricerche empiriche realizzate nell'ambito dei fenomeni politici, come pure alla capacità di comprendere i processi socio-politici grazie alla conoscenza delle strategie d'indagine, delle tecniche di ricerca e del linguaggio specialistico.

'Criminalità organizzata e violenza politica' porta all'acquisizione di conoscenze, di teorie e metodi delle discipline socio-

criminologiche e alla comprensione delle nozioni di devianza e di criminalità in relazione ai differenti sistemi sociali e politici, economici in cui si sviluppano; fa acquisire gli strumenti cognitivi utili per definire il processo di costruzione e le relative variabili macro-, meso- e micro-sociale del fenomeno della devianza declinato al maschile e al femminile, come pure approfondisce le definizioni dei ruoli criminali (maschili e femminili) e dei percorsi di costruzione dell'identità all'interno del mondo del crimine organizzato mafioso. Tutto ciò con una specifica sottolineatura dell'importanza della dimensione simbolica e rituale come strumento identitario e di legittimazione delle mafie.

Il corso di "Social media studies" affronta il tema della comunicazione digitale e della sua evoluzione dal web ai social media, fornendo agli studenti conoscenze circa l'attuale ecosistema dei media digitali (dal Web 1.0 al Web 2 e 3 .0); lo scenario dei social media: storia, tipologie e tecniche; le forme e strategie della comunicazione digitale e della circolazione delle conoscenze; le metodologie di analisi e valutazione degli users della comunicazione via web: dalla web analytics alla netnography.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area delle discipline sociali raggruppa gli insegnamenti che offrono agli studenti i mezzi per comprendere, analizzare e rendere fruibili in sede di mercato fenomeni del singolo e dei gruppi, come pure del territorio.

'Psicologia sociale' fa acquisire agli studenti la capacità di analizzare i processi di comunicazione riconoscendo in essi dinamiche psicosociali note.

'Sociologia dei consumi e degli stili di vita' da loro la capacità di costruire modelli interpretativi delle dinamiche del cambiamento dei consumi in riferimento a sintesi politiche nazionali specifiche (nazione , organizzazione sovranazionale, ecc.) giungendo alla costruzione di ipotesi di trend e di scenari alla luce delle conoscenze acquisite

'Sociologia politica' si indirizza allo studente insegnandogli come saper pianificare in autonomia indagini teoriche e disegni della ricerca specifici applicando alla lettura della realtà sociale le conoscenze acquisite.

Sarà compito di 'Criminalità organizzata e violenza politica' conferire allo studente la capacità di identificare, riconoscere e decostruire i meccanismi sociali attraverso cui si definiscono i processi di etichettamento dei soggetti devianti, nonché la capacità di valutare gli effetti e l'impatto nel contesto sociale, politico ed economico-produttivo delle dimensioni individuali e organizzative dei fenomeni criminali.

Attraverso la ricerca e lo studio di case histories, il corso di "Social Media Studies" offre agli studenti la capacità di analizzare i modi in cui la comunicazione digitale trasforma le strategie, i formati e la produzione di comunicazione nello scenario contemporaneo e il modo in cui diversi soggetti che comunicano (privati, aziende, istituzioni) stanno facendo uso di queste risorse.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CRIMINALITÀ ORGANIZZATA E VIOLENZA POLITICA [url](#)

PSICOLOGIA SOCIALE [url](#)

SOCIAL MEDIA STUDIES [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI E DEGLI STILI DI VITA [url](#)

SOCIOLOGIA POLITICA [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

I laureati magistrali in 'Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità' avranno sviluppato elevate capacità e competenze di integrazione e di rielaborazione critica delle conoscenze acquisite nel percorso formativo di primo livello e di quelle acquisite nel percorso formativo magistrale.

Questo obiettivo verrà raggiunto attraverso l'analisi comparata dei temi, delle argomentazioni, delle tecniche e degli obiettivi comunicativi presentati all'interno delle discipline oggetto di studio. Il percorso di studi stimolerà inoltre la riflessione sui temi della

	<p>deontologia professionale e dell'etica della comunicazione pubblica, pubblicitaria e politica.</p> <p>Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento, contemplando l'uso di media tecnologicamente avanzati, secondo metodiche specifiche, con l'ausilio di modalità frontali e relazionali, in itinere e finali, e con momenti di approfondimento laboratoriale per quegli insegnamenti professionalizzanti, tesi altresì a trasformare gli allievi in soggetti protagonisti della vita comunicativa del corso di laurea e della promozione delle sue attività culturali e collaterali. In tal modo si monitorerà la graduale acquisizione di autonomia critica dell'allievo.</p> <p>L'autonomia di giudizio sarà verificata in tutte le prove d'esame di ciascun insegnamento, in eventuali prove in itinere e nell'esame finale di laurea, compreso l'elaborato o gli elaborati prodotti. Sarà cura del relatore sottolineare, nel corso della stesura, l'importanza di questo aspetto e sarà compito della Commissione dell'esame finale saggiare il livello di autonomia di giudizio dei candidati.</p>	
<p>Abilità comunicative</p>	<p>In considerazione del particolare tipo di corso di laurea e delle avanzate conoscenze acquisite, i laureati magistrali in 'Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità' avranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> - perfezionato ed approfondito le proprie abilità comunicative specifiche di tipo linguistico, argomentativo e grafico-visuale; - imparato a comunicare attraverso linguaggi sincretici di tipo audiovisivo nonché attraverso nuove tecnologie come quelle relative alla Realtà Virtuale grazie alle conoscenze acquisite nei laboratori - imparato ad esprimere le proprie conoscenze e capacità di comprensione con un approccio professionale alla propria futura attività lavorativa; - acquisito le abilità comunicative necessarie per comunicare correttamente e con un lessico disciplinare adeguato, sia in forma scientifica che divulgativa, le acquisizioni della propria attività di studio e/o di ricerca; - imparato a calibrare i diversi registri dell'informazione secondo i differenti contesti formativi in cui agiscono. <p>Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento, contemplando l'uso di media tecnologicamente avanzati, secondo metodiche specifiche, con l'ausilio di modalità frontali e relazionali, in itinere e finali, e con momenti di approfondimento laboratoriale per quegli insegnamenti professionalizzanti, tesi altresì a trasformare gli allievi in soggetti protagonisti della vita comunicativa del corso di laurea e della promozione delle sue attività culturali e collaterali. In tal modo saranno monitorate passaggio dopo passaggio l'acquisizione graduale di abilità comunicative dell'allievo.</p> <p>Esse saranno quindi verificate attraverso le prove d'esame di ciascun insegnamento e l'elaborato finale.</p> <p>Saranno altresì stimolate e verificate (anche attraverso la valutazione personale e la valutazione dei pari) con attività mirate organizzate all'interno del corso di laurea.</p>	
<p>Capacità di apprendimento</p>	<p>I laureati magistrali in 'Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità', oltre ad avere conseguito le conoscenze e competenze sopra descritte, avranno acquisito ulteriori, approfonditi ed autonomi metodi di apprendimento ed elevate capacità di problematizzazione e di riflessione critica inerente i processi di comunicazione d'impresa pubblica e politica.</p> <p>Tali capacità permetteranno loro, successivamente alla laurea, di acquisire ulteriori competenze mediante un eventuale ulteriore percorso formativo di specializzazione ovvero di esercitare momenti di formazione continua/autoapprendimento/autovalutazione all'interno della propria professione.</p> <p>Gli strumenti didattici variano da insegnamento a insegnamento, contemplando l'uso di media tecnologicamente avanzati, secondo metodiche specifiche, con l'ausilio di modalità</p>	

frontali e relazionali, in itinere e finali, e con momenti di approfondimento laboratoriale per quegli insegnamenti professionalizzanti, tesi altresì a trasformare gli allievi in soggetti protagonisti della vita comunicativa del corso di laurea e della promozione delle sue attività culturali e collaterali. In tale relazione con le tecnologie comunicative messe in campo nel corso degli studi e delle prove laboratoriali professionalizzanti saranno valutate progressivamente le capacità di acquisizione dei contenuti e delle tecniche comunicative. La capacità di apprendimento deve chiaramente emergere nel corso delle prove d'esame e nell'esame finale di laurea, specialmente nel livello dell'elaborato prodotto che deve essere consono a una dissertazione di laurea magistrale.

▶ QUADRO A5.a | Caratteristiche della prova finale

27/01/2021

Coerentemente con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea magistrale e con i risultati di apprendimento attesi, la prova finale per il completamento degli studi (alla quale sono attribuiti 12 CFU) consiste nell'elaborazione di una tesi di laurea predisposta in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore, eventualmente supportata da video multimediali e/o digitali.

▶ QUADRO A5.b | Modalità di svolgimento della prova finale

27/01/2021

La tesi finale è uno studio approfondito su uno dei temi affrontati nel corso del biennio di studi, concordato tra studente e relatore, e viene discussa davanti a una commissione di laurea alla presenza di un correlatore indicato dal Coordinatore dietro intesa con il Relatore.

Per ogni altra informazione sullo svolgimento della prova finale si rimanda al Regolamento in allegato.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento tesi di laurea



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Manifesto LM59

Link: <https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazionepubblicadimpresaepubblicita2231/regolamenti.html>

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazionepubblicadimpresaepubblicita2231/didattica/lezioni.html>

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazionepubblicadimpresaepubblicita2231/?pagina=esami>

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<https://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/comunicazionepubblicadimpresaepubblicita2231>

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	L-FIL-LET/12	Anno di corso 1	ANALISI DEI TESTI PUBBLICI link	PATERNOSTRO GIUSEPPE CV	PA	9	60	✓
2.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE LETTERARIA link	COGLITORE ROBERTA CV	PA	9	60	✓
3.	SPS/12	Anno di corso 1	CRIMINALITÀ ORGANIZZATA E VIOLENZA POLITICA link	DINO ALESSANDRA CV	PO	9	60	✓
4.	L-LIN/01	Anno di corso 1	CRITICA LINGUISTICA DELLA COMUNICAZIONE link	LA FAUCI NUNZIO CV	PO	9	60	
5.	SECS-P/08	Anno di corso 1	MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE link	CARACCI MAURILIO CV		6	40	
6.	M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA SOCIALE link	BOCA STEFANO CV	PO	9	60	
7.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIAL MEDIA STUDIES link	CAPPELLO GIANNA MARIA CV	PA	9	60	✓
8.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI E DEGLI STILI DI VITA link	LO VERDE FABIO MASSIMO CV	PO	9	60	



▶ QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Procedura per la ricerca di Aule e Laboratori d'Ateneo

Link inserito: <http://offweb.unipa.it/offweb/public/aula/aulaCalendar.seam;jsessionid=C82AEF78B6F60CE62887469C155EAC2F.node02>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Prospetto aule 2021

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Procedura per la ricerca di Aule e Laboratori d'Ateneo

Link inserito: <http://offweb.unipa.it/offweb/public/aula/aulaCalendar.seam;jsessionid=C82AEF78B6F60CE62887469C155EAC2F.node02>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Prospetto laboratori e aule informatiche 2021

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sistema bibliotecario e archivio storico di Ateneo

Link inserito: <http://www.unipa.it/biblioteche/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Prospetto sale studio 2021

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Sistema bibliotecario e archivio storico di Ateneo

Link inserito: <http://www.unipa.it/biblioteche/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Prospetto biblioteche 2021

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

26/04/2021

Il C.O.T. cura l'organizzazione di attività di Orientamento in ingresso, tra le quali il

'Welcome Day' rivolto ai laureandi nelle sessioni estive e autunnali.

Nel corso della giornata si tengono conferenze di presentazione dei CdS.

Le conferenze di presentazione del Dipartimento forniscono una più approfondita conoscenza dei CdS, degli obiettivi formativi e degli sbocchi occupazionali.

Vengono organizzate anche singole Conferenze di presentazione dell'offerta formativa presso le sedi del Dipartimento (soprattutto edificio n. 15 di viale delle Scienze). Il CdS viene presentato mediante apposito materiale audiovisivo.

Il CdS illustra la propria offerta formativa in occasione della giornata di Ateneo di presentazione delle lauree magistrali agli studenti Unipa (28 maggio 2019).

Per l'occasione, sono presentate interviste, registrate o in tempo reale via skype, con ex Alunni del corso di studi in Scienze della comunicazione che hanno messo a frutto i loro studi presso l'ateneo palermitano trovando occupazione professionale presso prestigiose imprese del settore.

Infine, il Consiglio di corso di studi ha incaricato il Coordinatore di presentare l'Offerta formativa specificatamente agli studenti del III anno delle lauree di riferimento di Scienze della comunicazione da cui provengono in via diretta gli iscritti al Corso di studi magistrale prima della chiusura del II semestre didattico. In tale occasione, sono presentate interviste, registrate o in tempo reale via skype, con ex Alunni del corso di studi in Scienze della comunicazione che hanno messo a frutto i loro studi presso l'ateneo palermitano trovando occupazione professionale presso prestigiose imprese del settore.

Elenco degli eventi:

19 maggio 2020, Welcome Day per le Lauree Magistrali
6 ottobre 2020 Incontro di benvenuto alle matricole Unipa 2020/2021.
8/12 febbraio 2021, Welcome Week (online)
13 aprile 2021, Prof. Dario Mangano, Open Day (online).
Maggio 2021. Open Day Magistrali

Link inserito: <http://portale.unipa.it/strutture/cot/>

▶ QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

L'Orientamento e il Tutorato in itinere del CdS è supportato dal C.O.T. (Centro di Orientamento e Tutorato dell'Ateneo, diretto dalla Prof.ssa Rosa Di Lorenzo) 08/06/2020
Il C.O.T. presta assistenza a livello di Ateneo, gli operatori forniscono informazioni inerenti l'ERSU, il CUD, il CLA e altri servizi agli studenti erogati dall'Ateneo e ai progetti di mobilità studentesca.

Un servizio di tutorato tra pari o 'peer tutoring' è svolto da studenti senior presso i S.O.F.T.

Inoltre il prof. Mangano, coordina, in qualità di delegato del Direttore del Dipartimento Culture e società i rapporti con il COT per la programmazione di iniziative volte all'orientamento.

I tutor del Corso sono i proff. R. Coglitore, M. Macaluso, D. Mangano.

Il Corso di studi si avvale annualmente di uno o più tutor dedicati, da un lato, a facilitare il passaggio dal I al II anno orientando gli studenti ad adottare le metodologie più idonee a superare gli esami previsti; dall'altro, a supportare gli studenti nel corso della stesura dell'elaborato finale o della tesi di laurea, al fine di facilitare il raggiungimento dell'obiettivo di laurearsi nel tempo dovuto.

▶ QUADRO B5

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

LM 59

08/06/2020

Il CdS prevede tirocini formativi presso enti, aziende e organizzazioni no profit per 6 CFU.

L'assistenza è effettuata dal Dipartimento Culture e società che guida gli Enti e le Aziende all'accreditamento sulla piattaforma del Consorzio Almalaurea..

La relazione finale sulle attività di stage, predisposta dagli studenti, viene valutata dal tutor didattico sulla piattaforma on-line di Almalaurea.

Il docente delegato ai tirocini per il Dipartimento culture e società è il prof. Giovanni Travagliato.

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

i

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

ERASMUS

Agli uffici Erasmus di Ateneo si affianca l'ufficio ERASMUS della Scuola cui afferisce il Dipartimento in cui è incardinato la LM 59.

La LM Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità ha attivato un percorso integrato di studi con la Sichuan International Studies University (Cina).

Azioni intraprese a livello di Ateneo:

- Monitoraggio dei learning agreement degli studenti e dei learning agreement changes per eventuali e successive modifiche (studenti Erasmus, Visiting students etc)
- Attività di informazione, supporto ed orientamento agli studenti prima della partenza e durante il periodo di mobilità all'estero
- Offerta di corsi gratuiti, impartiti da parte del Centro Linguistico d'Ateneo (CLA), in lingua francese, inglese, tedesco, spagnolo, differenziati in tre livelli (basico,

intermedio ed avanzato) per gli studenti dell'Ateneo in mobilità Erasmus

- Tutoring sulla didattica, fornito dai docenti coordinatori di accordi interistituzionali o dai responsabili di facoltà per la mobilità e l'internazionalizzazione
- Contributo aggiuntivo su fondi d'Ateneo a cofinanziamento della mobilità degli studenti
- Sportelli di orientamento di Scuola gestiti dal Centro di Orientamento e Tutorato d'Ateneo (COT)
- Coordinamento, monitoraggio e supporto delle iniziative per l'integrazione degli studenti diversamente abili da parte dell'Unità Operativa Abilità Diverse, struttura d'Ateneo, che fornisce allo studente, avente diritto e che ne fa richiesta, interventi che riguardano il servizio di tutoring, di assistenza alla persona e la dotazione di attrezzature
- Borse di mobilità internazionale erogate dell'Ente Regionale per il Diritto allo studio

La LM 59 ha vinto un Bando europeo competitivo Erasmus+ sulla linea 2017-1-IT02- KA107-036000 per il biennio 2017-19 relativo al sostegno alla mobilità extra-europea di docenti e studenti, nonché per altre iniziative culturali e formative, nella fattispecie con l'Università El Manar di Tunisi con cui è stato appena stipulato un Accordo internazionale per la laurea magistrale a doppio titolo, già firmato dai rispettivi Rettori ed adesso in fase di registrazione, in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità ed in Négociateur trilingue en commerce international.

L'Erasmus+ implica una mobilità biennale di 48 mesi per studenti outgoing, e al contempo una mobilità outgoing di staff docente di 14 giorni.

Il referente-coordinatore è la prof.ssa Marilena Macaluso.

Link inserito: <http://www.unipa.it/amministrazione/direzione generale/serviziospecialeinternazionalizzazione>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Cina	Sichuan International Studies University		11/07/2014	solo italiano
2	Germania	Universität Humboldt di Berlino		01/01/2014	solo italiano
3	Germania	Universität di Dusseldorf		01/01/2015	solo italiano
4	Germania	Universität di Leipzig		01/01/2019	solo italiano
5	Germania	Universität di Potsdam		01/01/2014	solo italiano
6	Polonia	Universität di Wroclaw		01/01/2017	solo italiano
7	Portogallo	Universidade de Coimbra		01/01/2018	solo italiano
8	Spagna	Universidad Complutense de Madrid		01/01/2017	solo italiano
9	Spagna	Universidad Juan Carlos de Madrid		01/01/2018	solo italiano
10	Spagna	Universidad de Malaga		01/01/2014	solo italiano
11	Spagna	Universidad de Sevilla		01/01/2019	solo italiano
12	Tunisia	Universität@ de Tunis El Manar		09/06/2017	doppio

▶ QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

08/06/2020

A LIVELLO DI CORSO DI STUDIO:

Il CdS è il naturale proseguimento dalla L20 in Scienze della Comunicazione per i media e le istituzioni. Ferme restando le attuali difficoltà socio-economiche di inserimento nel mondo del lavoro, il CdS ha messo in atto azioni specifiche extra-curricolari per orientare i propri studenti verso il mondo del lavoro, d'intesa con associazioni professionali, associazioni studentesche, aziende e professionisti. In particolare, le docenze dei laboratori vengono frequentemente assegnate a professionisti, a cui si affiancano lezioni tenute da esperti e seminari organizzati a stretto contatto con le aziende. Il CdS è in ogni caso ben consapevole di dovere rafforzare le attività volte ad accompagnare i propri studenti al mondo del lavoro. Il CdS favorisce e promuove la partecipazione dei laureandi al Career Day promosso dall'Ateneo (22 maggio 2019).

A LIVELLO DI ATENEO:

Il Servizio Placement-Stage e tirocini dell'ateneo di Palermo

Il Servizio Placement promuove metodi di ricerca attiva del lavoro supportando il laureato nello sviluppo di un personale progetto di inserimento professionale (stage e/o opportunità di lavoro) in linea con i propri obiettivi lavorativi e le richieste del mercato del lavoro.

I destinatari privilegiati per tali azioni sono i laureandi e i laureati dell'Ateneo.

I servizi, con le loro attività, accompagnano il laureando/laureato in tutte le fasi del processo di inserimento nel mondo del lavoro che vanno dalla ricerca delle offerte professionali (qualitativamente in linea con il suo profilo e le sue aspirazioni) alla stesura del curriculum, fino alla preparazione per sostenere un colloquio di lavoro (tecniche di comunicazione efficace, tecniche di self-marketing, empowerment delle soft skill).

Le attività dell'Ufficio Placement e stage e tirocini:

- Attività di sportello con apertura tre giorni alla settimana (lunedì, mercoledì e venerdì dalle 9.00 alle 13.00) per fornire informazioni e offrire uno spazio destinato ai colloqui individuali mirati alla ricerca di lavoro o alla soluzione di alcuni problemi connessi con la ricerca di lavoro;
- Attività di Career counseling: orientamento al lavoro, supporto alla compilazione del curriculum vitae, strategie per la ricerca attiva di opportunità professionali;
- Seminari/Workshop sulla socializzazione al lavoro;
- Attività di Incrocio domanda-offerta di lavoro attraverso il ricorso ad una banca dati. A partire dal 12 marzo 2015 si è passati alla banca dati ALMALAUREA che contiene: i curricula dei laureati, raccogliendo alcune informazioni da parte dei laureandi all'atto della domanda di laurea on line; le aziende che, con i loro desiderata, pubblicano le offerte di posizioni lavorative e/o di stage;
- Organizzazione di seminari informativi e di orientamento al lavoro a richiesta dei corsi di laurea/dipartimenti;

- organizzazione di eventi quali i career day e i recruiting day;
- assistenza e consulenza per l'incrocio fra domanda e offerta di tirocini extracurricolari anche riferiti a specifici progetti (es. Garanzia Giovani).

Descrizione link: SERVIZIO PLACEMENT DI ATENEO

Link inserito: http://www.unipa.it/strutture/cot/Sportelli_e_Servizi/Placement/

▶ QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

Maggio 2020, Associazione studentesca 'Coordinamento UniAttiva' Ciclo di seminari su 'Pandemia: le risposte dell'umanità', da svolgersi in modalità telematica, Referente prof. Anna Fici. 26/04/2021

Ottobre/dicembre 2020, Associazione studentesca 'Box3 Autogestito, ciclo di seminari su 'Identità, cultura e tradizioni in Sicilia', da svolgersi in modalità telematica che ha avuto come referente il professore Ignazio Buttitta.

17 Novembre 2020. Palazzo Butera. Un nuovo laboratorio per la città organizzato dal dipartimento Culture e Società (online).

1 dicembre 2020. OLTRE. Racconti di una campagna di comunicazione. Seminario organizzato dal dipartimento Culture e Società (online).

Dicembre 2020, Associazione CESIE: Laboratorio di online campaigning per il sociale da svolgersi in modalità telematica.

28/11/2020-05/03/2021. Ciclo di seminari 'Bilancio di genere', organizzato dal Rettorato di Palermo (online). Referente prof. A. Dino

23 marzo 2021. Tunisia: a success Story? Open Class del Doppio titolo - Laurea Magistrale LM 59 (online)

Aprile/Maggio 2021. Associazione Museo Antonio Pasqualino. Ciclo di seminari Etnografie del contemporaneo (online). Referente prof. I. Buttitta.

Maggio/Giugno 2021, Associazione studentesca 'Box3 Autogestito, ciclo di seminari su 'La Sicilia delle donne', da svolgersi in modalità telematica che ha come referente il professore Ignazio Buttitta.

▶ QUADRO B6

Opinioni studenti

L'indice di qualità del corso appare globalmente molto positivo, specie per quanto riguarda la chiarezza espositiva dei docenti (8,4) e la capacità di questi di motivare l'interesse (8,4). Unico valore leggermente al di sotto della media, quello che riguarda le conoscenze preliminari (7,5). A tal proposito è opportuno ricordare che alcuni iscritti al corso non provengono da lauree triennali di ambito comunicativo. Ciò premesso, nell'a.a. 2020/2021 è stato attivato un servizio di tutorato che riguarda gli ambiti disciplinari nei quali si riscontrano le maggiori criticità. 14/09/2021

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Scheda RIDO 2020

▶ QUADRO B7

Opinioni dei laureati

La valutazione del corso da parte dei laureati appare globalmente positiva. Se si considerano le risposte positive (per es. "decisamente sì" e "più sì che no") alle varie domande si ottengono percentuali in linea con quelle dell'Ateneo. Per esempio il carico di studio viene ritenuto adeguato nel 90% dei casi contro il 92% dell'Ateneo. La soddisfazione complessiva si assesta sulla percentuale complessiva dell'80% contro il 93% dell'Ateneo e tuttavia corso non ci sono opinioni apertamente negative come accade evidentemente in altri corsi. 14/09/2021

Le maggiori criticità si riscontrano ancora una volta nella dotazione delle aule e dei laboratori. Se le aule vengono considerate "raramente adeguate" o "mai adeguate" nel 38,5% dei casi contro il 22,7% di Ateneo, le postazioni informatiche vengono considerate in numero inadeguato nel 71,4% dei casi contro il 53,4% dei casi d'Ateneo.

Recentemente tuttavia sono stati fatti grandi sforzi in questa direzione. È stato allestito un Laboratorio di Comunicazione dotato delle attrezzature necessarie alla produzione multimediale espressamente pensato per gli studenti di questa LM ed è in corso di allestimento un ulteriore laboratorio di Cultura visuale e archeologia. La pandemia ha però reso impossibile sfruttare il primo di tali come previsto.

Descrizione link: dati AlmaLaurea aprile 2021

Link inserito: <https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?versione=2019&annoprofilo=2021&annooccupazione=2020&codicione=0820107306000001&corsclasse=3060&aggrega=SI&confronta=ateneo&stella2015=&sua=1#>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

14/09/2021

In relazione agli obiettivi di Ateneo, l'incremento degli avvisi di carriera (+ 15,7%) e degli immatricolati puri (+ 21%) denotano l'attrattività della laurea magistrale. La quota degli iscritti che ha conseguito il titolo di studio precedente all'estero è in crescita, ed è pari al 2,2%. Il divario con la media nazionale e dell'area geografica è minimo. La percentuale di studenti che proseguono al secondo anno è aumentata lievemente (93,8%), collocandosi in linea con i valori dell'area geografica e superando i dati nazionali. La percentuale di studenti che proseguono al secondo anno nello stesso corso avendo acquisito almeno 40 CFU, è sostanzialmente stabile attestandosi al 67,2%, in linea con la media nazionale. Il calo della percentuale di laureati in corso al 60,6% è minimo, pur essendo inferiore alla media del livello nazionale. La percentuale di immatricolati che si laureano in corso nel CdS è in calo (dal 74,6% al 56,4%). Il dato è inferiore alla media nazionale. La percentuale di immatricolati che si laurea entro un anno oltre la durata normale del corso scende di quasi 10 punti (74,7%). La media dell'area geografica è identica, quella nazionale di pochissimo superiore. La percentuale di laureati occupati (o che svolgono attività di formazione retribuita) a tre anni dal titolo è aumentata di circa tre punti percentuali (70,5%). La percentuale di laureati occupati a un anno dal titolo è sostanzialmente stabile e intorno al 46%. La quota, espressa in millesimi, di laureati in corso che hanno acquisito almeno 12 CFU all'estero è salita di due punti (125,0 millesimi). Il valore è leggermente migliore della media dell'area geografica e nazionale.

Link inserito: <http://>

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

14/09/2021

Per valutare correttamente la prestazione del corso in relazione ai dati aggregati dell'Ateneo è necessario tenere in debita considerazione due aspetti, il primo dei quali è che si tratta di un corso di area umanistica. In un mercato del lavoro sicuramente sbilanciato sull'area tecnico scientifica, infatti, la minore prestazione occupazionale a 1 anno dalla laurea (41,9% del corso contro 57,6% di Ateneo) appare in linea con le aspettative. Il secondo è il notevole tasso di crescita dell'occupazione nel tempo. A 3 anni dalla laurea, per esempio, il corso fa registrare un incremento di 19,9 punti percentuali contro i 17,7 punti dell'Ateneo. Se poi si considera che a 5 anni dalla laurea la retribuzione mensile netta si attesta a 1358 € contro i 1388 € d'Ateneo, e che la percentuale di uso delle competenze acquisite passa dal 9,1% dopo 1 anno dalla Laurea al 53,3% dopo 5 anni, appare evidente che a fronte di maggiori ostacoli all'ingresso nel mondo del lavoro i laureati abbiano notevoli possibilità di occupazione e di progressione di carriera in un periodo più lungo. Un andamento del genere sembra essere legato da un lato alla difficoltà che permane di veder riconosciute le competenze comunicative in ambito professionale dall'altro alle caratteristiche del sistema produttivo presente nel territorio.

Descrizione link: dati AlmaLaurea aprile 2021

Link inserito: <http://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?>

[versione=2019&annoprofilo=2021&annooccupazione=2020&codicione=0820107306000001&corsoclas=3060&aggrega=SI&confronta=ateneo&stella2015=&sua=1#occup](http://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/stamp.php?versione=2019&annoprofilo=2021&annooccupazione=2020&codicione=0820107306000001&corsoclas=3060&aggrega=SI&confronta=ateneo&stella2015=&sua=1#occup)

▶ QUADRO C3

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

10/08/2021

Link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: report questionari tirocinio 2020



20/05/2021

L'organizzazione dell'Ateneo si basa sulla distinzione tra le funzioni di indirizzo e di governo attribuite al Rettore, al Consiglio di Amministrazione e al Senato Accademico e le funzioni di gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa attribuite al Direttore Generale e ai Dirigenti, ad esclusione della gestione della ricerca e dell'insegnamento in conformità del decreto legislativo 30 marzo 2001 n. 165

La struttura tecnico amministrativa è definita dal Consiglio di Amministrazione su proposta del Direttore Generale, tenendo conto delle linee programmatiche dell'Ateneo.

Il Direttore Generale, sulla base degli obiettivi e degli indirizzi fissati dal Consiglio di Amministrazione, ha la responsabilità dell'organizzazione e gestione dei servizi, delle risorse strumentali e del personale tecnico amministrativo dell'Ateneo. La struttura organizzativa degli Uffici dell'Amministrazione centrale, approvata con deliberazione n. 6 del CdA il 30/11/2016, in vigore dal mese di maggio 2017 è disciplinata dal Regolamento sull'organizzazione dei servizi tecnico-amministrativi (DR 1312/2017):

www.unipa.it/amministrazione/area6/set42bis/.content/documenti_regolamenti/Ed_202_Regolamento-sullorganizzazione-dei-servizi-tecnico-amministrativi-Universit-di-Palermo---D.-R.-n.-1327-del-18_04_2017.pdf

Il modello organizzativo adottato dall'Ateneo ha struttura mista:

- di tipo funzionale, declinata per unità organizzative diversamente articolate, in relazione ai volumi e alla complessità delle attività gestite;
- di tipo trasversale e ad hoc (es. Unità di Processo deputate al presidio di processi di natura trasversale che fungano da collegamento tra le diverse strutture di Ateneo, Unità di Staff deputate al presidio di processi strategici e innovativi, Gruppi di lavoro, ecc.).

Le Unità Organizzative dell'Ateneo dedicate alle attività tecnico-amministrative sono distinte in tre livelli, in relazione alla rilevanza e al grado di complessità e di professionalità richiesti per l'espletamento, il coordinamento e il controllo delle connesse attività.

Le Unità organizzative di primo livello sono dedicate alla gestione di macro processi corrispondenti allo svolgimento di più compiti istituzionali o ad una pluralità di ambiti di attività con valenza strategica o innovativa. In considerazione delle dimensioni dell'Università degli Studi di Palermo, le Unità Organizzative di primo livello sono distinte in U.O. dirigenziali e non dirigenziali, a seconda se sono poste sotto la responsabilità di soggetto con incarico di funzione dirigenziale.

Le Aree sono unità organizzative di livello dirigenziale, dotate di autonomia gestionale, poste sotto il coordinamento del Direttore Generale ed articolate in Settori.

Il Direttore Generale ed i dirigenti:

sono responsabili del risultato dell'attività svolta dagli uffici ai quali sono preposti, della realizzazione dei programmi e dei progetti loro affidati in relazione agli obiettivi fissati dagli organi di governo, dei rendimenti e dei risultati della gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa, incluse le decisioni organizzative e di gestione del personale.

Aree Dirigenziali:

- 1) Area qualità, programmazione e supporto strategico
- 2) Area Risorse Umane
- 3) Area Economico - Finanziaria
- 4) Area Patrimoniale e Negoziabile
- 5) Area Tecnica

6) Sistemi informativi e portale di Ateneo

a cui si aggiungono:

5 servizi speciali (SBA, Servizi per la didattica e gli Studenti, Post Lauream, Internazionalizzazione, Ricerca di Ateneo)

6 servizi in staff (Comunicazione e cerimoniale, Segreteria del Rettore, Organi Collegiali ed Elezioni, Trasparenza e Anticorruzione, Relazioni Sindacali, Segreteria del Direttore)

2 servizi professionali (Avvocatura e Sistema di Sicurezza di Ateneo)

2 centri di servizio di Ateneo (Sistema Museale, ATeN)

La struttura organizzativa dei Dipartimenti, approvata con delibera del 26/07/2018, prevede, per i 16 Dipartimenti attivati, un'articolazione in Unità Operative e Funzioni Specialistiche che si aggiungono alla figura cardine del Responsabile Amministrativo di Dipartimento, e che, in analogia con il modello adottato per le Aree e i Servizi dell'Ateneo si articolano in quattro Unità organizzative per Dipartimento, dedicate alla gestione della Didattica, della Ricerca e Terza Missione, degli Affari Istituzionali e dei Servizi Generali, Logistica Qualità e ICT, inglobando in quest'ultima anche le attività relative ai Laboratori.

I 16 Dipartimenti hanno le seguenti denominazioni:

- 1) Architettura;
- 2) Biomedicina, Neuroscienze e Diagnostica Avanzata;
- 3) Culture e Società;
- 4) Discipline Chirurgiche, Oncologiche e Stomatologiche;
- 5) Fisica e Chimica;
- 6) Giurisprudenza;
- 7) Ingegneria;
- 8) Matematica e Informatica;
- 9) Promozione della Salute, Materno-Infantile, di Medicina Interna e Specialistica di eccellenza "G. D'Alessandro";
- 10) Scienze Agrarie, Alimentari e Forestali;
- 11) Scienze della Terra e del Mare;
- 12) Scienze e Tecnologie Biologiche Chimiche e Farmaceutiche;
- 13) Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche;
- 14) Scienze Politiche e delle relazioni internazionali;
- 15) Scienze Psicologiche, Pedagogiche, dell'Esercizio Fisico e della Formazione;
- 16) Scienze Umanistiche.

La gestione dell'Assicurazione di Qualità a livello di Ateneo è articolata nelle forme e nei modi previsti dalle Politiche di Ateneo per la Qualità, emanate con Decreto Rettorale 2225/2019, e dalle "Linee Guida per il Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo", esitate dal PQA il 30/03/2020 e rese esecutive con delibera del CdA del 23/04/2020.

(https://www.unipa.it/ateneo/.content/documenti/pqa/Linee_guida/Linee-guida-per-il-sistema-di-AQ-in-ateneo.pdf) .

Si riportano, qui di seguito, alcuni aspetti significativi delle Politiche di Ateneo per la Qualità:

(https://www.unipa.it/ateneo/.content/documenti/pqa/decreto_2225_2019_politiche_qualit.pdf)

L'Università di Palermo ispira la propria azione alle linee indicate negli European Standard and Guidelines for Quality Assurance (ESG 2015) in the European Higher Education Area (EHEA) e recepite dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) nella definizione del sistema AVA (Autovalutazione, Valutazione periodica, Accredimento).

A tal fine è stato adottato un sistema di Assicurazione della Qualità per promuovere:

- la diffusione della cultura, dei metodi e di strumenti per la Qualità;
- l'autovalutazione, l'approccio critico e il miglioramento continuo nella gestione di tutti i processi necessari al miglioramento della Qualità;
- il coinvolgimento di tutto il personale dell'Ateneo e degli studenti.

L'Università degli Studi di Palermo si propone, pertanto, di assicurare efficacia, continuità, qualità e livello adeguato alle proprie prestazioni al fine di perseguire una politica che pone al centro delle proprie attività la piena soddisfazione dello studente e delle altre Parti Interessate.

Tale finalità viene perseguita offrendo e adeguando tutti i processi alle particolari esigenze, implicite ed esplicite, dello Studente e delle altre Parti Interessate e monitorando il raggiungimento degli impegni presi in fase progettuale. La soddisfazione dello Studente e delle altre Parti Interessate sarà verificata analizzando attentamente le indicazioni, osservazioni ed eventuali reclami, in maniera tale da poter individuare e disporre di elementi che indichino la 'qualità percepita' dei servizi erogati.

Gli obiettivi generali e specifici di AQ per la qualità della didattica, ricerca e terza missione dell'Università degli Studi di Palermo traggono ispirazione dal "Piano Strategico Triennale" e dal "Piano integrato e programmazione obiettivi" che individuano i processi, le risorse disponibili per l'attuazione di tali processi e gli strumenti di controllo per il loro monitoraggio. Le Politiche della Qualità, definite dagli Organi di Governo sono monitorate dal Presidio di Qualità e valutate dal Nucleo di Valutazione di Ateneo.

Obiettivi generali di AQ

L'Ateneo si pone i seguenti obiettivi generali per la Qualità:

- piena integrazione tra le diverse missioni dell'Ateneo, didattica, ricerca, terza missione, al fine di valorizzarne le reciproche influenze;
- diffusione della cultura della Qualità attraverso il massimo coinvolgimento e la condivisione con tutte le componenti della comunità accademica, al fine di renderle consapevolmente partecipi degli obiettivi e delle modalità individuate per perseguire il miglioramento continuo;
- valorizzazione del rapporto con le forze produttive e il territorio, principali interlocutori dell'Ateneo, mirando ad intercettare la domanda di competenze necessarie a svolgere le nuove professioni richieste dalle trasformazioni socio-economiche;
- attenzione costante alla dimensione internazionale delle azioni proposte;
- accurato monitoraggio dei dati e degli indicatori individuati a supporto di tutti i processi decisionali, in un'ottica di miglioramento continuo;
- valorizzazione delle competenze presenti in Ateneo, sulla base di criteri di merito;
- predisposizione di processi trasparenti di valutazione e autovalutazione dell'attività delle strutture di ricerca, della didattica e dei servizi erogati;
- garanzia della tutela del diritto allo studio;
- riconoscimento e garanzia, nell'ambito della comunità universitaria, di uguale dignità e pari opportunità, promuovendo una cultura libera da ogni forma di discriminazione.

Obiettivi per la qualità della DIDATTICA

L'Ateneo intende privilegiare i seguenti obiettivi:

- incrementare il numero di studenti regolari, laureati e laureati magistrali, assicurando loro un profilo culturale solido e offrendo la possibilità di acquisire competenze e abilità all'avanguardia;
- incrementare i rapporti con le forze produttive e gli stakeholder, nell'ottica di favorire lo sviluppo e il rafforzamento delle prospettive occupazionali di laureati e laureati magistrali;
- favorire l'incremento della internazionalizzazione dei CdS;
- ridurre la dispersione della popolazione studentesca, soprattutto nel passaggio dal I al II anno.

A tal fine, per assicurare una offerta formativa coerente con le politiche di Ateneo si adotteranno, in particolare, le seguenti azioni:

- verifica preliminare, alla proposta di nuovi CdS, della congruenza tra il progetto formativo del nuovo CdS e le politiche di Ateneo;
- verifica continua della coerenza tra la domanda, gli obiettivi formativi, i risultati di apprendimento attesi e gli insegnamenti erogati per i Corsi di studio già attivati, soprattutto in relazione a eventuali criticità in termini di percorso e di risultati rispetto alle Linee Guida del CdA, all'analisi del Nucleo di Valutazione e/o emerse dal ciclo del riesame, con eventuale riprogettazione degli stessi;
- verifica della sostenibilità dell'offerta formativa in rapporto alle strutture e ai requisiti di docenza;
- confronto continuo con le realtà produttive e sociali a livello territoriale, e anche in ambito internazionale, per la progettazione e il controllo dei percorsi formativi di tutti i CdS;
- rivalutazione del ruolo delle sedi decentrate per perseguire l'obiettivo di decongestionamento della sede centrale per i CdL con un alto numero di iscritti ed aumentare il numero di studenti regolari;
- consolidamento del rapporto con la scuola secondaria;

- azioni per la formazione e il sostegno alla professionalità dei docenti, che includono contenuti pedagogici e docimologici funzionali all'introduzione di elementi di innovazione nell'ambito della didattica anche a distanza.

Il miglioramento della performance della didattica passa anche attraverso il potenziamento dei servizi agli studenti che rappresentano una dimensione essenziale per sostenere la qualità della formazione accademica.

Le misure che si intendono adottare riguardano:

- modernizzazione e aggiornamento delle strutture didattiche ed in particolare di laboratori e postazioni informatiche;
- ulteriore potenziamento dei servizi per l'orientamento in ingresso e in itinere degli studenti;
- ulteriore potenziamento dell'orientamento in uscita per favorire l'inserimento nel mondo del lavoro, attraverso il perseguimento e l'innovazione delle attività di job placement, rafforzando il coordinamento di Ateneo, così come il potenziamento delle azioni attraverso la rete regionale del Placement;
- garanzia del diritto allo studio attraverso il potenziamento e la definizione di nuove e innovative forme di contribuzione che premiano il merito e valorizzino le capacità degli studenti.

Infine l'Ateneo intende favorire la promozione della dimensione internazionale della formazione mediante un ampliamento delle tradizionali iniziative che riguardano la mobilità degli studenti. Le misure che si intendono adottare riguardano:

- l'incremento dell'erogazione di CFU in lingua inglese in corsi di studio di riconosciuta attualità e richiamo (parimenti utile e funzionale per gli studenti italiani) e dei curricula tenuti interamente in lingua inglese;
- l'incremento di percorsi formativi congiunti con università partner che portino a un titolo doppio o congiunto di laurea;
- il potenziamento della mobilità a sostegno di periodi di studio e tirocinio all'estero degli studenti.
- il potenziamento dell'attività del Centro Linguistico di Ateneo.

Obiettivi per la qualità della RICERCA

Obiettivi specifici per le attività di Ricerca:

- migliorare le performance VQR;
- rafforzare la ricerca di base;
- creare le condizioni per il potenziamento della ricerca progettuale;
- promuovere l'internazionalizzazione della ricerca.

A tal fine si adotteranno, in particolare, le seguenti azioni volte a sviluppare soluzioni a supporto del miglioramento della produttività scientifica:

- rafforzamento a livello di Dipartimento dei momenti di analisi critica delle performance attraverso lo strumento del Riesame con la proposizione, in base ai risultati conseguiti, delle previste azioni migliorative;
- promozione continua della qualità nel reclutamento, anche mediante il monitoraggio costante della produzione scientifica dei professori e ricercatori incardinati nei Dipartimenti, con particolare riferimento al personale accademico neoassunto e neopromosso;
- aggiornamento e miglioramento della funzionalità delle procedure interne di supporto ai Dipartimenti e ai singoli docenti;
- assegnazione del Fondo FFR per la ricerca di base e monitoraggio della relativa distribuzione e delle ricadute scientifiche da esso derivanti;
- condivisione massima della capacità tecnologica acquisita nel corso delle ultime programmazioni;
- rafforzamento di strutture dell'Ateneo a supporto della progettazione e della rendicontazione, anche attraverso l'interazione con i Dipartimenti;
- potenziamento della ricerca internazionale attraverso la creazione di reti e networking che favoriscano, tra l'altro, l'attivazione di dottorati Europei o Internazionali, anche di tipo industriale, cost action, master internazionali;
- reclutamento di figure tecnico/scientifiche.

Obiettivi per la qualità della TERZA MISSIONE

L'Università degli Studi di Palermo si propone di mettere a frutto il suo patrimonio di conoscenza, soprattutto su base territoriale, ponendo al centro delle sue azioni il futuro dei giovani, favorendo gli innesti di conoscenza nella società per sostenere lo sviluppo civile, culturale, sociale ed economico.

A tal fine si adotteranno, in particolare, le seguenti azioni per la promozione delle attività di trasferimento dei risultati della ricerca nella società:

- gestione della proprietà intellettuale attraverso il Settore Trasferimento Tecnologico;
- potenziamento dei servizi finalizzati alla valorizzazione della ricerca attraverso spin off accademici;
- supporto ai laureati ed ai ricercatori nell'avvio di attività di impresa all'interno del Campus;

- supporto ai laureati nei processi di ricerca attiva del lavoro, al fine di facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e avvicinando studenti e laureati alle imprese del territorio;
- maggiore attenzione alla organizzazione di eventi in interazione con il territorio nonché alla produzione, gestione e valorizzazione dei beni culturali patrimonio dell'Ateneo;
- attivazione di percorsi di sperimentazione clinica, infrastrutture di ricerca e formazione continua nell'area medica.

Le responsabilità per l'AQ a livello di Ateneo sono le seguenti:

L'Ateneo ha definito le diverse autorità e i rapporti reciproci di tutto il personale che dirige, esegue e verifica tutte le attività che influenzano la qualità.

In particolare:

Gli Organi di Governo, costituiti da: Rettore, Direttore Generale, Consiglio di Amministrazione (CdA) e Senato Accademico (SA):

- stabiliscono la Politica e gli obiettivi generali e specifici di AQ;
- assicurano la disponibilità delle risorse necessarie all'attuazione e al controllo del Sistema di AQ.

Il Nucleo di valutazione di Ateneo (NdV):

- valuta l'efficacia complessiva della gestione AQ di Ateneo;
- accerta la persistenza dei requisiti quantitativi e qualitativi per l'accreditamento iniziale e periodico dei CdS e della sede;
- verifica che i rapporti di riesame siano redatti in modo corretto e utilizzati per identificare e rimuovere tutti gli ostacoli al buon andamento delle attività;
- formula raccomandazioni volte a migliorare la qualità delle attività dell'Ateneo;
- redige annualmente una relazione secondo quanto previsto dall'Allegato VII del documento ANVUR ♦Autovalutazione, valutazione e accreditamento del sistema universitario italiano♦, e la invia al MIUR e all'ANVUR mediante le procedure informatiche previste.

Il Presidio della Qualità di Ateneo (PQA):

- definisce la struttura del Sistema di AQ di Ateneo;
- organizza il Sistema di AQ di Ateneo;
- attua l'implementazione e il controllo della Politica per la Qualità definita dagli OdG;
- organizza e supervisiona strumenti comuni per l'AQ di Ateneo, vigilando sull'adeguato funzionamento;
- effettua le attività di misurazione e monitoraggio previste dal Sistema di AQ di Ateneo, fornendo suggerimenti per il continuo miglioramento.

La Commissione Paritetica Docenti Studenti (CPDS):

- formula proposte al NdV per il miglioramento della qualità e dell'efficacia delle strutture didattiche;
- attua la divulgazione delle politiche adottate dall'Ateneo in tema qualità presso gli studenti;
- effettua il monitoraggio dell'andamento degli indicatori che misurano il grado di raggiungimento degli obiettivi della didattica a livello di singole strutture;
- redige una relazione annuale, attingendo dalla SUA-CdS, dai risultati delle rilevazioni dell'opinione degli studenti e da altre fonti disponibili istituzionalmente.

Il Dipartimento:

- organizza il Sistema di AQ di Dipartimento;
- effettua le attività di misurazione, monitoraggio e miglioramento previste dal Sistema di AQ di Dipartimento;
- diffonde tra tutto il personale coinvolto nell'erogazione del servizio la necessità di soddisfare i requisiti dello Studente e delle PI e i requisiti cogenti applicabili;
- gestisce le attività di formazione di sua competenza ed in particolare quelle relative al Sistema di AQ;
- effettua la compilazione della scheda SUA RD
- è responsabile del Rapporto di Riesame delle attività di ricerca.

Il Corso di Studi:

- organizza il Sistema di AQ del Corso di Studi;
- effettua le attività di misurazione, monitoraggio e miglioramento previste dal Sistema di AQ del Corso di Studi;
- diffonde tra tutto il personale coinvolto nell'erogazione del servizio la necessità di soddisfare i requisiti dello Studente e

delle PI e i requisiti cogenti applicabili;

- gestisce le attività di formazione di sua competenza ed in particolare quelle relative al Sistema di AQ;
- è responsabile del Rapporto di Riesame ciclico e della scheda SUA CdS;

Tutti i processi aventi influenza sulla qualità sono governati da Procedure che definiscono le responsabilità e le autorità, nonché i rapporti reciproci, tra le varie aree funzionali funzioni nell'ambito del processo descritto.

Tutta la documentazione relativa alla Assicurazione di Qualità è reperibile alla pagina:

<http://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/>

Descrizione link: Assicurazione della qualità

Link inserito: <http://www.unipa.it/ateneo/assicurazione-della-qualita-aq/>



QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

20/05/2021

La gestione dell'assicurazione della qualità del Corso di Studio è demandata ai seguenti Attori:

- Il Coordinatore del Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse
- Il Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse
- Commissione di gestione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse

Che esercitano le funzioni di seguito specificate:

Il Coordinatore del Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse (CCdS/CI) (art. 38 dello Statuto)

- Rappresenta il Corso di Studio nei rapporti con l'Ateneo e con l'esterno;
- Presiede il CCdS/CI e lo convoca secondo le modalità previste dal Regolamento;
- Collabora, come coordinatore della CAQ-CdS alla stesura delle Schede di Monitoraggio Annuale e dei Rapporti Ciclici di Riesame CdS;
- Promuove qualsiasi altra iniziativa volta al miglioramento della didattica, avendo cura di darne adeguata evidenza nelle procedure di qualità;
- Monitora, in collaborazione con la CAQ-CdS e CAQ-DD, il corretto svolgimento delle attività didattiche e dei servizi di supporto.

Il Consiglio di Corso di Studio di classe/interclasse (CCdS/CI) (art. 36, commi 3 e 4 dello Statuto)

- Coordina, programma, organizza e valuta l'attività didattica del corso di studio, sentiti i Dipartimenti e le Scuole, ove costituite;
- Elabora, delibera e propone al dipartimento o alla Scuola, ove costituita, il manifesto degli studi;
- Gestisce le carriere degli studenti, ivi compresi i programmi di mobilità degli studenti;
- Nomina le commissioni d'esame di profitto e di laurea;
- Formula ed approva il Regolamento organizzativo del CdS;
- Coordina i programmi degli insegnamenti attivati.
- Collabora con la CPDS per il monitoraggio dell'offerta formativa e la verifica della qualità della didattica.

Commissione di gestione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse (CAQ-CdS)

- Provvede alla verifica e valutazione degli interventi mirati al miglioramento della gestione del CdS, e alla verifica ed analisi approfondita degli obiettivi e dell'impianto generale del CdS.
- Redige inoltre la Scheda di monitoraggio annuale (SMA) e il Riesame ciclico.

La SMA tiene sotto controllo la validità della progettazione, la permanenza delle risorse, attraverso il monitoraggio dei dati, la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati e la pianificazione di azioni di miglioramento.

Il Rapporto di Riesame ciclico consiste nell'individuazione di azioni di miglioramento, valutando:

- a) l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS;
- b) le figure professionali di riferimento e le loro competenze;
- c) la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti;
- d) l'efficacia del sistema AQ del CdS;
- e) i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS;
- f) la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza.

La Commissione AQ del Corso di Studio di classe/interclasse, nominata dal Consiglio di Corso di Studio, è composta dal Coordinatore del Corso di Studio (che svolge le funzioni di Coordinatore della Commissione), da due docenti del Corso di Studio, da un'unità di personale tecnico-amministrativo (su proposta del CCdS tra coloro che prestano il loro servizio a favore del CdS), e da uno studente scelto dai rappresentanti degli studenti in seno al Consiglio di Corso di Studio (che non potrà coincidere con lo studente componente della Commissione Paritetica Docenti-Studenti).

Link inserito: <http://>



QUADRO D3

Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

19/02/2019

La gestione dell'Assicurazione di Qualità del Corso di Studi è articolata nelle seguenti quattro fasi*:

- 1) Plan (progettazione)
- 2) Do (gestione)
- 3) Check (monitoraggio e valutazione)
- 4) Act (azioni correttive e di miglioramento)

Le azioni correttive e di miglioramento scaturenti dalla relazione della Commissione Paritetica, dagli indicatori della Scheda di Monitoraggio Annuale, dal Verbale di Riesame ciclico, dalle segnalazioni delle parti interessate e da ogni eventuale indicazione dell'ANVUR e del MIUR sono a carico del Coordinatore del CdS e della Commissione AQ del CdS.

*Per i tempi e i modi di attuazione delle quattro fasi si rimanda al documento pdf allegato

Pdf inserito: [visualizza](#)



QUADRO D4

Riesame annuale

08/06/2021

Fonte: 'Linee Guida per il Sistema di Assicurazione della Qualità di Ateneo', esitate dal PQA il 30/03/2020 e rese esecutive con delibera del CdA del 23/04/2020 (https://www.unipa.it/ateneo/content/documenti/pqa/Linee_guida/Linee-guida-per-il-sistema-di-AQ-in-ateneo.pdf)

Il processo di riesame riguarda le attività di monitoraggio annuale degli indicatori (SMA) e il riesame ciclico.

L'attività di riesame (autovalutazione) si sostanzia principalmente nell'individuazione di punti di forza, individuazione di aree di criticità, definizione di eventuali azioni correttive, definizione di azioni di miglioramento.

Il riesame viene redatto dalla Commissione AQ del CdS (CAQ-CdS) e approvato dal CCdS. La CAQ-CdS è composta dal CCCdS/CI che lo presiede, due Docenti, una unità di personale Tecnico-Amministrativo ed un rappresentante degli Studenti.

La SMA tiene sotto controllo la validità della progettazione, la permanenza delle risorse, attraverso il monitoraggio dei dati,

la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati e la pianificazione di azioni di miglioramento.

Il Rapporto di Riesame ciclico contiene un'autovalutazione approfondita della permanenza della validità dei presupposti fondanti il Corso di Studio e dell'efficacia del sistema di gestione adottato. Consiste nell'individuazione di azioni di miglioramento, valutando:

- a) l'attualità della domanda di formazione che sta alla base del CdS;
- b) le figure professionali di riferimento e le loro competenze;
- c) la coerenza dei risultati di apprendimento previsti dal CdS nel suo complesso e dai singoli insegnamenti;
- d) l'efficacia del sistema AQ del CdS;
- e) i suggerimenti formulati dal PQA, dal NdV e dalla CPDS;
- f) la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati in precedenza.

Il RRC documenta, analizza e commenta:

- i principali mutamenti intercorsi dal Riesame ciclico precedente, anche in relazione alle azioni migliorative messe in atto;
- i principali problemi, le sfide, i punti di forza e le aree da migliorare che emergono dall'analisi del periodo in esame e dalle prospettive del periodo seguente;
- i cambiamenti ritenuti necessari in base a mutate condizioni, agli elementi critici individuati, a nuovi traguardi rivisitati;
- le azioni volte ad apportare miglioramenti, strumenti e modalità di monitoraggio.

Il CdS pubblica sul proprio sito le relazioni del riesame e i verbali delle riunioni della Commissione AQ che vengono svolte nel corso dell'A.A. (vedi link).

Link inserito: <http://>



QUADRO D5

Progettazione del CdS





QUADRO D6

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



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di PALERMO
Nome del corso in italiano 	Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Nome del corso in inglese 	Public, Corporate and Advertising Communication
Classe 	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Lingua in cui si tiene il corso 	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea 	http://www.unipa.it/dipartimenti/cultureesocieta/cds/scienzedellacomunicazionepubblicadimpresaepubblicita2053
Tasse	http://www.unipa.it/amministrazione/direzionegenerale/serviziospecialeperladidatticaeglistudenti/tasse-e-agevolazioni/
Modalità di svolgimento 	a. Corso di studio convenzionale



Corsi interateneo



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

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente

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

Non sono presenti atenei in convenzione



Referenti e Strutture



Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	VACCARO Salvatore
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Coordinamento delle Classi L20, LM 59 e LM 92
Struttura didattica di riferimento	Culture e società



Docenti di Riferimento

Visualizzazione docenti verifica EX-POST

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO
1.	CAPPELLO	Gianna Maria	SPS/08	PA	.5
2.	COGLITORE	Roberta	L-FIL-LET/14	PA	.5
3.	DINO	Alessandra	SPS/12	PO	.5
4.	MACALUSO	Marilena	SPS/11	PA	1
5.	MANGANO	Dario	M-FIL/05	PA	1
6.	OLIVERI	Antonino Mario	SECS-S/05	PA	.5
7.	PATERNOSTRO	Giuseppe	L-FIL-LET/12	PA	1
8.	VACCARO	Salvatore	SPS/01	PO	1



Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità



Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
Aloui	Kaouthar		
Cicirello	Ylenia		
Curti Gialdino	Martina		
Giudice	Antonio Luis		
Mtir	Ichrak		
Quagliano	Valerio		
Rosavalle	Samuele		
Rotondo	Eleonora		
Venezia	Cristina		



Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
Squillaci	Salvatore (Personale TA)
Cappello	Gianna (P.A.)
Comito	Filippo (studente)
Dino	Alessandra (P.A.)
Vaccaro	Salvatore (P.O.)



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
COGLITORE	Roberta		
MACALUSO	Marilena		

MANGANO	Dario		
DINO	Alessandra		
LA FAUCI	Nunzio		
PATERNOSTRO	Giuseppe		
OLIVERI	Antonino Mario		
CAPPELLO	Gianna Maria		

▶ Programmazione degli accessi 

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale (art.2 Legge 264/1999)	No

▶ Sedi del Corso 

[DM 6/2019](#) Allegato A - requisiti di docenza

Sede del corso:viale delle Scienze - edificio 15 90128 - PALERMO	
Data di inizio dell'attività didattica	01/10/2021
Studenti previsti	100

▶ Eventuali Curriculum 

Non sono previsti curricula



Altre Informazioni



Codice interno all'ateneo del corso

Massimo numero di crediti riconoscibili

12 DM 16/3/2007 Art 4 [Nota 1063 del 29/04/2011](#)



Date delibere di riferimento



Data di approvazione della struttura didattica	28/11/2019
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	11/02/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	28/11/2008
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	



Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Corso di laurea Magistrale in 'Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità' proposto viene dalla trasformazione del corso in 'Scienze della comunicazione sociale e istituzionale' e in 'Comunicazione d'Impresa e Pubblicità' e costituisce la prosecuzione, l'approfondimento e lo sviluppo in senso professionalizzante della formazione di laureati con competenze acquisite in un corso di laurea di primo livello inerente la comunicazione pubblica, la comunicazione d'impresa, la comunicazione politica nonché le discipline economico-aziendalistiche e la scienza politica. La proposta costituisce un adeguamento ai sensi del DM 270/2004 del vecchio corso e appare adeguatamente motivata, con obiettivi formativi specifici e di apprendimento congrui, sbocchi occupazionali coerenti e significativi. Il percorso formativo include la presenza due indirizzi che rappresentano di fatto i corsi trasformati e che quindi giustificano gli ampi intervalli di crediti (specialmente fra le attività caratterizzanti) presenti.



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro la scadenza del 15 febbraio 2021 **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

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

Il Corso di laurea Magistrale in 'Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità' proposto viene dalla trasformazione del corso in 'Scienze della comunicazione sociale e istituzionale' e in 'Comunicazione d'Impresa e Pubblicità' e costituisce la prosecuzione, l'approfondimento e lo sviluppo in senso professionalizzante della formazione di laureati con competenze acquisite in un corso di laurea di primo livello inerente la comunicazione pubblica, la comunicazione d'impresa, la comunicazione politica nonché le discipline economico-aziendalistiche e la scienza politica. La proposta costituisce un adeguamento ai sensi del DM 270/2004 del vecchio corso e appare adeguatamente motivata, con obiettivi formativi specifici e di apprendimento congrui, sbocchi occupazionali coerenti e significativi. Il percorso formativo include la presenza due indirizzi che rappresentano di fatto i corsi trasformati e che quindi giustificano gli ampi intervalli di crediti (specialmente fra le attività caratterizzanti) presenti.



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento



Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2021	202179278	ANALISI DEI TESTI PUBBLICI <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/12	Docente di riferimento Giuseppe PATERNOSTRO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/12	60
2	2021	202180197	COMUNICAZIONE LETTERARIA <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	Docente di riferimento (peso .5) Roberta COGLITORE <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/14	60
3	2021	202180104	CRIMINALITÀ ORGANIZZATA E VIOLENZA POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/12	Docente di riferimento (peso .5) Alessandra DINO <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/12	60
4	2021	202179749	CRITICA LINGUISTICA DELLA COMUNICAZIONE <i>semestrale</i>	L-LIN/01	Nunzio LA FAUCI <i>Professore Ordinario</i>	L-LIN/01	60
5	2021	202179610	MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE <i>semestrale</i>	SECS-P/08	Maurilio CARACCI		40
6	2020	202176061	ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE <i>semestrale</i>	SECS-P/10	Raimondo INGRASSIA <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	60
7	2021	202179873	PSICOLOGIA SOCIALE <i>semestrale</i>	M-PSI/05	Stefano BOCA <i>Professore Ordinario</i>	M-PSI/05	60
8	2020	202175791	SEMIOTICA DEL BRAND (modulo di SEMIOTICA DEL BRAND, LAB PROF PROG CAMP PUBBL E LAB PROF VIRT REALITY) <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Docente di riferimento Dario MANGANO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M-FIL/05	60
9	2021	202179991	SOCIAL MEDIA STUDIES <i>semestrale</i>	SPS/08	Docente di riferimento (peso .5) Gianna Maria CAPPELLO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SPS/08	60

10	2021	202179609	SOCIOLOGIA DEI CONSUMI E DEGLI STILI DI VITA <i>semestrale</i>	SPS/07	Fabio Massimo LO VERDE <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/07	60
11	2020	202175990	SOCIOLOGIA POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/11	Docente di riferimento Marilena MACALUSO <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SPS/11	60
12	2020	202175902	TEORIA E TECNICHE DEL SONDAGGIO DI OPINIONE <i>semestrale</i>	SECS-S/05	Docente di riferimento (peso .5) Antonino Mario OLIVERI <i>Professore Associato confermato</i>	SECS-S/05	60
13	2021	202179277	TEORIA POLITICA <i>semestrale</i>	SPS/01	Docente di riferimento Salvatore VACCARO <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/01	60
						ore totali	760



Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad				
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/07 Sociologia generale ↳ <i>SOCIOLOGIA DEI CONSUMI E DEGLI STILI DI VITA (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>	51	42	30 - 42				
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese ↳ <i>MARKETING DELLE IMPRESE PUBBLICITARIE (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>							
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale ↳ <i>ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>							
	SECS-S/05 Statistica sociale ↳ <i>TEORIA E TECNICHE DEL SONDAGGIO DI OPINIONE (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>							
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi ↳ <i>SOCIAL MEDIA STUDIES (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>							
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici ↳ <i>SOCIOLOGIA POLITICA (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>							
	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi				L-LIN/01 Glottologia e linguistica ↳ <i>CRITICA LINGUISTICA DELLA COMUNICAZIONE (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>	36	27	18 - 33
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi ↳ <i>SEMIOTICA DEL BRAND (2 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>							
M-PSI/05 Psicologia sociale								

<p>↳ <i>PSICOLOGIA SOCIALE (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i></p> <hr/> <p>SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale</p> <hr/> <p>↳ <i>CRIMINALITÀ ORGANIZZATA E VIOLENZA POLITICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/>				
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 48)				
Totale attività caratterizzanti			69	48 - 75

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	L-FIL-LET/12 Linguistica italiana	27	18	18 - 27 min 12
	↳ <i>ANALISI DEI TESTI PUBBLICI (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
	L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate			
	↳ <i>COMUNICAZIONE LETTERARIA (1 anno) - 9 CFU - semestrale - obbl</i>			
	SPS/01 Filosofia politica			
	↳ <i>TEORIA POLITICA (1 anno) - 9 CFU - semestrale</i>			
Totale attività Affini			18	18 - 27

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		9	9 - 9
Per la prova finale		12	12 - 15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6 - 6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	0 - 6
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	33	27 - 36
------------------------------	-----------	----------------

CFU totali per il conseguimento del titolo	120	
CFU totali inseriti	120	93 - 138



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività caratterizzanti



ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	IUS/01 Diritto privato			
	SECS-P/06 Economia applicata			
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SECS-P/10 Organizzazione aziendale			
	SECS-S/05 Statistica sociale			
	SPS/04 Scienza politica	30	42	30
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio			
	SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici			
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	ICAR/13 Disegno industriale			
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
	L-LIN/01 Glottologia e linguistica			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	M-PSI/05 Psicologia sociale	18	33	18
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale				
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:				-
Totale Attività Caratterizzanti				48 - 75

Attività affini



ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	L-FIL-LET/12 - Linguistica italiana	18	27	12
	L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate			
	SPS/01 - Filosofia politica			
Totale Attività Affini		18 - 27		

Altre attività



ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		9	9
Per la prova finale		12	15
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
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		27 - 36	



Riepilogo CFU



CFU totali per il conseguimento del titolo

120

Range CFU totali del corso

93 - 138



Comunicazioni dell'ateneo al CUN



Si richiede il cambiamento di denominazione al fine di rendere omogenea l'offerta formativa dell'Università di Palermo. Infatti i due corsi di laurea (L-20) attivati da tempo sono entrambi denominati Scienze della comunicazione, il primo 'per le culture e le arti', il secondo 'per i media e le istituzioni'. Il corso magistrale che prolunga il percorso formativo del primo è denominato 'Comunicazione del patrimonio culturale' (LM-92), mentre per simmetria si chiede pertanto che il corso magistrale che prolunga il secondo venga denominato 'Comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità' (LM-59).



Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe



Note relative alle attività di base



Note relative alle altre attività



Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini





Note relative alle attività caratterizzanti

