

Università	Università degli Studi di MILANO-BICOCCA
Classe	L-20 R - Scienze della comunicazione
Nome del corso in italiano	SCIENZE PSICOSOCIALI DELLA COMUNICAZIONE <i>modifica di:</i> SCIENZE PSICOSOCIALI DELLA COMUNICAZIONE (1370964)
Nome del corso in inglese	PSYCHOSOCIAL SCIENCES OF COMMUNICATION
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	E2006P^GGG
Data di approvazione della struttura didattica	23/01/2025
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	18/02/2025
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	30/09/2015 - 17/09/2024
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://didattica.unimib.it/E2006P
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	PSICOLOGIA
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	48 - max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024
Corsi della medesima classe	• Comunicazione interculturale • Interpretariato e traduzione in Lingua dei Segni Italiana (LIS) e Lingua dei Segni Italiana tattile (LIST)
Numero del gruppo di affinità	2
Data della delibera del senato accademico relativa ai gruppi di affinità della classe	05/02/2025

Obiettivi formativi qualificanti della classe: L-20 R Scienze della comunicazione

a) Obiettivi culturali della classe

I corsi della classe hanno l'obiettivo di fornire conoscenze e competenze fondamentali nei diversi settori della comunicazione. In particolare, i laureati e le laureate dovranno possedere conoscenze di base e abilità specifiche - anche alla luce delle trasformazioni prodotte dalla globalizzazione, dalla digitalizzazione e dalla convergenza mediale - con particolare riferimento a:- padronanza dei diversi generi, formati e linguaggi della parola e dell'immagine;

- conoscenze e competenze su tecniche, tecnologie e metodologie di analisi della comunicazione;
- conoscenze fondamentali dei processi comunicativi, produttivi e organizzativi delle industrie editoriali, del marketing, e del giornalismo e news-making;
- competenze sull'analisi dei pubblici e degli utenti dei media e delle piattaforme digitali;
- conoscenza del più ampio contesto socio-culturale, storico-politico, economico della comunicazione e dei media.

b) Contenuti disciplinari indispensabili per tutti i corsi della classe

I corsi della classe comprendono attività dedicate all'acquisizione di conoscenze e competenze:- di base nelle scienze semiotiche, linguistiche, informatiche, sociali, comunicative e mediologiche;

- caratterizzanti nelle metodologie e tecniche della comunicazione, nelle scienze umane, sociali ed economiche, nelle scienze giuridiche, storico-politiche e filosofiche. A questo riguardo, assumono una specifica rilevanza le attività finalizzate a sviluppare competenze nell'analisi, nella progettazione e nella gestione dei flussi di comunicazione digitale.

c) Competenze trasversali non disciplinari indispensabili per tutti i corsi della classe

I laureati e le laureate della classe devono aver acquisito indispensabili competenze trasversali, anche in termini di soft skills e di sviluppo di capacità di problem solving, che consentano loro di operare nei diversi ambienti mediiali, compresi quelli più moderni ed innovativi. In particolare, tali competenze ricomprendono lo sviluppo di attitudini al lavoro di gruppo, il saper operare con definiti gradi di autonomia inserendosi prontamente negli ambienti di lavoro, il comunicare efficacemente gli scopi e i risultati delle attività svolte, il saper aggiornare in modo rapido e continuo le proprie conoscenze.

d) Possibili sbocchi occupazionali e professionali dei corsi della classe

Le laureate e i laureati della classe trovano impiego negli ambiti: delle industrie culturali, creative e mediiali; della pubblicità; nei media tradizionali e digitali; nelle attività di comunicazione interna e di relazione con il pubblico. In particolare, possono svolgere le funzioni di: addetti stampa e redattori; operatori della comunicazione d'impresa, della comunicazione pubblica e istituzionale, della comunicazione sociale per il Terzo Settore; operatori multimediali; operatori della comunicazione online e delle aziende editoriali; operatori delle tecnologie digitali e degli ambienti di comunicazione digitale e interculturale; operatori della comunicazione scientifica, della comunicazione tecnica, della formazione a distanza, della comunicazione pubblicitaria.

e) Livello di conoscenza di lingue straniere in uscita dai corsi della classe

Oltre l'italiano, le laureate e i laureati dei corsi della classe devono essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

f) Conoscenze e competenze richieste per l'accesso a tutti i corsi della classe

Conoscenze e competenze di base come fornite dalle scuole secondarie di secondo grado.

g) Caratteristiche della prova finale per tutti i corsi della classe

La prova finale consiste nella preparazione di un elaborato che può assumere diverse forme coerenti con le finalità della classe quali, ad esempio, la redazione di un documento scritto, la realizzazione di prodotti editoriali, audiovisivi o digitali o progetti di comunicazione.

h) Attività pratiche e/o laboratoriali previste per tutti i corsi della classe

I corsi della classe possono prevedere attività pratiche e/o laboratoriali finalizzate a sviluppare abilità necessarie all'elaborazione e all'analisi di dati, e alla produzione di testi informativi e comunicativi sui media tradizionali e digitali.

i) Tirocini previsti per tutti i corsi della classe

I corsi di studio della classe possono prevedere tirocini formativi e stages presso università, aziende ed enti, in Italia o all'estero.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il CdS viene considerato una modifica dell'ordinamento precedente perché collocato nella sola classe L-20 e non più in due classi come avveniva in precedenza. La diversificazione di tale corso con un altro già esistente dell'Università di Milano-Bicocca nella classe L-20 è ben descritta sia per gli obiettivi, sia per le capacità e le conoscenze attese, sia anche per gli sbocchi lavorativi.

Il numero medio annuale di immatricolati è stato di 170 studenti nel triennio 2008/2010. Gli iscritti nel 2010/11 sono stati 537, la metà dei quali provengono da ambiti esterni alla provincia di Milano.

I laureati nell'anno 2010 sono stati 106, di cui 61 in corso. A sei mesi dalla laurea il 75% dei laureati ha trovato lavoro. Si ritiene che i valori di cui sopra rimarranno pressoché invariati anche se vi è un'unica classe di riferimento. La percentuale media di giudizi positivi per gli insegnamenti nell'ultimo triennio è pari al 79%. Il CdS è stato riprogettato per adempiere agli obblighi di legge e in coerenza con le linee guida del D.M. 270/2004, tenendo conto delle esigenze di razionalizzazione e di ottimizzazione delle risorse. Alla luce dei descrittori di Dublino, gli obiettivi formativi e i risultati di apprendimento attesi risultano dettagliati, ben specificati ed adeguatamente presentati. Inoltre risultano ben esplicitati gli strumenti didattici e le modalità di verifica. La stima degli iscritti al I anno è inferiore al valore di riferimento ma largamente superiore al valore minimo; si rileva inoltre che il numero di docenti della facoltà di Psicologia, cui afferisce questo CdS, risulta superiore a quanto richiesto a regime.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Come documentato dal verbale allegato, il Corso di laurea in Comunicazione e Psicologia, trova tutti concordi sulla principale motivazione della sua istituzione: il cuore di qualsiasi processo comunicativo, è costituito dall'uomo. Lo studio della comunicazione non può prescindere dallo studio dei processi cognitivi ed emotivi che ne stanno alla base. Lo studio della psicologia, accanto allo studio dei mezzi e del contesto socio-economico della comunicazione, fa parte delle scienze della comunicazione e delle scienze psicologiche.

Vedi allegato

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione si propone di fornire allo studente una solida base di conoscenze teoriche e applicative legate alle tematiche della comunicazione, al fine sia di permettere una proficua continuazione degli studi in Master o Corsi di laurea magistrale, sia di poter utilizzare direttamente le competenze acquisite durante gli studi del triennio in una serie di professioni che richiedono la figura di un esperto di comunicazione. In particolare, gli obiettivi formativi specifici del Corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione si articolano in tre macroaree di apprendimento, che riguardano:

- (i) lo studio teorico e applicativo dei processi linguistici e comunicativi e dei relativi contesti culturali. Verranno acquisite conoscenze approfondite sui meccanismi che regolano il funzionamento, l'elaborazione e l'uso del linguaggio, anche esaminando le connessioni tra linguaggio, mente, società e cultura. Si esploreranno inoltre le influenze storiche e culturali che modellano l'analisi dei processi comunicativi e le modalità attraverso le quali gli individui interpretano e costruiscono significati all'interno di diversi contesti sociali. Viene infine dedicata attenzione alla conoscenza approfondita della lingua inglese e alla sua declinazione nei contesti professionali legati alla comunicazione;
- (ii) lo studio degli aspetti psicosociali che sottendono i processi comunicativi. Si acquisiranno conoscenze avanzate nelle principali aree della psicologia, finalizzate a comprendere il funzionamento cognitivo, emotivo e comportamentale dell'individuo nei vari contesti. Verranno approfonditi i processi di apprendimento, decisione e sviluppo della personalità, così come i meccanismi motivazionali e sociali che influenzano le interazioni e la comunicazione, sia a livello individuale che nei contesti organizzativi, lavorativi ed economici;
- (iii) l'acquisizione di conoscenze e competenze relative alle tecniche, agli strumenti e alle tecnologie che permettono di attuare la comunicazione. Gli studenti svilupperanno solide competenze nell'uso di tecniche e strumenti essenziali per operare nei diversi ambiti della comunicazione contemporanea, esplorando i principali linguaggi e formati comunicativi, insieme alle tecnologie digitali e web. Particolare attenzione sarà dedicata all'analisi critica dei nuovi media e delle piattaforme digitali, con un focus sulle trasformazioni indotte dalla convergenza mediale e dalla digitalizzazione.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

Le attività affini e integrative ampliano e consolidano le competenze acquisite nelle attività formative di base e caratterizzanti, offrendo un'importante integrazione sia teorica che pratica, fondamentale per un inserimento efficace nel mondo del lavoro. In linea con gli obiettivi del Corso di Laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione, queste attività si articolano all'interno delle tre macroaree di apprendimento. Esse consentono agli studenti e alle studentesse di personalizzare il proprio percorso formativo, combinando approfondimenti teorici con lo sviluppo di competenze pratico-applicative, in modo da rispondere meglio alle proprie attitudini, talenti e interessi. Alcune attività sono orientate verso l'approfondimento delle tecnologie e dei nuovi strumenti di comunicazione, anche fornendo competenze tecniche specifiche nell'ambito del design e dell'informatica. Altre attività si focalizzano sugli aspetti psicologici, sociali e organizzativi legati ai processi comunicativi, offrendo competenze utili alla comprensione dei comportamenti individuali e collettivi, dei contesti relazionali e lavorativi, nonché delle dinamiche decisionali. In questo ambito si collocano inoltre attività formative sui metodi di ricerca e sugli strumenti di indagine e di intervento utilizzati nell'ambito della comunicazione, del marketing e dei contesti organizzativi, e attività di approfondimento teorico per comprendere le dinamiche relazionali, decisionali e comportamentali proprie dei contesti lavorativi e dei contesti sociali.

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il Corso di Laurea si propone di fornire una solida base di conoscenze relative ai processi comunicativi (i diversi generi, formati, e linguaggi della parola e dell'immagine), agli aspetti psicologici alla base della comunicazione (processi di base, emozione, motivazione, apprendimento e pensiero, cognizione e influenza sociale), ai metodi di ricerca e strumenti di indagine in ambito psicosociale, e agli aspetti socio-economici e culturali collegati ai processi di comunicazione (relazioni tra individui in contesti sociali diversi; dinamiche organizzative nei contesti lavorativi; impatto sociale e culturale dei nuovi media). Inoltre, un focus specifico è dedicato all'acquisizione di competenze tecniche e pratiche sull'uso delle tecnologie e strumenti necessari per operare efficacemente nei diversi ambiti della comunicazione contemporanea. Viene inoltre affrontato lo studio dei principali contesti applicativi della comunicazione, come la salute, la comunicazione d'impresa o il marketing online. I risultati attesi vengono conseguiti attraverso lo studio dei materiali didattici relativi ai diversi insegnamenti, lo svolgimento di attività progettuali e le attività pratiche di laboratorio. Nei laboratori, le conoscenze vengono sviluppate attraverso esercitazioni pratiche ed esempi applicativi. Il raggiungimento dei risultati attesi viene verificato attraverso gli esami di profitto relativi ad ogni insegnamento del corso di laurea, la valutazione delle attività progettuali previste da alcuni insegnamenti e l'approvazione dell'attività svolta nei laboratori.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Le conoscenze fornite dal Corso di Laurea vengono sviluppate anche dal punto di vista applicativo. Sono previste attività di laboratorio in piccoli gruppi per permettere di applicare le competenze acquisite nei diversi ambiti della comunicazione. Viene valorizzata la presentazione e discussione di casi di studio, e sono offerti laboratori professionalizzanti tenuti da esperti del settore, finalizzati a favorire un migliore inserimento nel mondo del lavoro nei diversi campi della comunicazione. Inoltre, il Corso di Laurea prevede uno stage obbligatorio durante il quale si possono applicare, in un contesto lavorativo reale, le competenze acquisite nel percorso di studi.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Lo sviluppo dell'autonomia di giudizio e della capacità di ragionamento critico è uno degli obiettivi centrali di un corso di laurea che, per sua natura, enfatizza i molti modi in cui differenti forme, mezzi e stili comunicativi possono influenzare lo sviluppo di credenze, opinioni e atteggiamenti. Gli studenti saranno guidati a considerare come informazioni simili, ma comunicate o presentate in modi differenti, possano suggerire conclusioni diverse e influenzare decisioni e comportamenti. A supporto della capacità di analisi critica, si acquisiranno competenze nella raccolta, analisi e interpretazione dei dati, oltre a una vasta conoscenza dei processi psicologici che possono influenzarne l'interpretazione.

L'autonomia di giudizio sarà esplicitamente promossa e valutata non solo negli esami di profitto, ma anche attraverso esposizioni e relazioni su esperienze pratiche svolte nei laboratori e nelle esercitazioni.

Abilità comunicative (communication skills)

L'acquisizione di abilità comunicative è centrale in questo corso di laurea, che affianca all'analisi teorica della comunicazione e dei suoi strumenti importanti approfondimenti pratici sulle modalità e i mezzi della comunicazione in ambiti specifici. Si sarà portati ad acquisire e affinare abilità nella comunicazione orale, grafica e scritta. Queste abilità verranno valutate nelle prove d'esame scritte e orali, nelle discussioni durante le esercitazioni seminariali, nelle relazioni (scritte e orali) sulle attività di laboratorio e nella relazione scritta svolta come prova conclusiva.

Capacità di apprendimento (learning skills)

La struttura didattica del corso di laurea permette di acquisire conoscenze teoriche e pratiche che rappresentano solide basi per intraprendere l'ininterrotto processo di formazione continua richiesto dal mondo del lavoro. La preparazione offerta è ideale soprattutto per proseguire proficuamente gli studi, in piena autonomia, nell'ambito di corsi di laurea magistrale orientati agli aspetti informatici e tecnici della comunicazione, o ai suoi aspetti psicologici, sociologici, linguistici o economici. Le capacità di apprendimento acquisite verranno valutate nel corso delle prove d'esame, negli approfondimenti autonomi richiesti durante alcune esercitazioni e laboratori, e nell'autonomia dimostrata durante la stesura della prova finale.

Conoscenze richieste per l'accesso (DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Il corso di studio è a programmazione locale. Possono accedere al Corso di Laurea gli studenti che siano in possesso di un titolo di istruzione secondaria di secondo grado o titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Nello specifico, per l'accesso al Corso di Laurea sono richieste capacità logiche, competenze linguistiche, e capacità di comprensione dei testi, verificate nella prova di ammissione. Nel caso in cui la verifica delle conoscenze richieste non sia positiva, sono assegnati Obblighi formativi aggiuntivi da soddisfare nel I anno di corso. Il Regolamento didattico definirà le modalità di verifica della preparazione iniziale e di attribuzione degli Obblighi formativi.

Caratteristiche della prova finale (DM 270/04, art 11, comma 3-d)

La prova finale consiste nella presentazione di un elaborato individuale in forma scritta, anche redatto in inglese. L'elaborato intende evidenziare la raggiunta capacità di studentesse e studenti di approfondire una tematica specifica tra quelle affrontate nei corsi o oggetto di esperienze pratiche.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il Corso di laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione, attivato presso il Dipartimento di Psicologia, si distingue in modo significativo dal Corso di laurea in Interpretariato e Traduzione in Lingua dei Segni Italiana (LIS) e Lingua dei Segni Italiana Tattile (LIST) del medesimo dipartimento. Quest'ultimo è un corso sperimentale ad orientamento professionalizzante, attivato nella classe di laurea L-20, in attesa della creazione di una classe di laurea specifica, come previsto dal DPCM "Disposizioni in materia di professioni di interprete in lingua dei segni italiana e lingua dei segni italiana tattile" (GU n. 81 del 6-4-2022).

Inoltre, il Corso di laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione si differenzia dal Corso di laurea in Comunicazione Interculturale, offerto dal Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. Sebbene appartengano entrambi alla classe L-20 delle lauree in Scienze della Comunicazione, i corsi divergono significativamente per quanto riguarda gli obiettivi formativi, le competenze e le conoscenze attese, così come per gli sbocchi occupazionali.

Per quanto riguarda il percorso formativo, il corso di laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione pone un accento particolare, rispetto agli altri corsi di laurea, sulle tecniche di comunicazione mass-mediatiche, sugli aspetti psicologici della comunicazione e, all'intersezione tra le due tematiche, sui riflessi psicologici e sociali delle comunicazioni. Un ulteriore elemento distintivo del corso è l'attenzione dedicata alle tecnologie digitali e ai nuovi media, con un focus sull'analisi critica delle piattaforme digitali e sul loro impatto sulle dinamiche relazionali e sui comportamenti individuali e collettivi.

Le differenze nel percorso formativo dei tre corsi derivano dai diversi obiettivi formativi e sbocchi occupazionali a essi associati. Nel Corso di laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione, l'accento è posto sull'acquisizione di competenze approfondite riguardanti i processi psicologici e psicosociali che informano la comunicazione, con particolare attenzione al contesto mass-mediatico. Il Corso di laurea in Comunicazione Interculturale, invece, si concentra principalmente sugli aspetti pedagogici della comunicazione, con un focus sui contesti interattivi interculturali e multietnici. Infine, nel Corso di laurea in Interpretariato e Traduzione in Lingua dei Segni Italiana (LIS) e Lingua dei Segni Italiana Tattile (LIST), l'enfasi è posta sulla LIS e LIST, nonché sugli aspetti cognitivi e culturali legati alla sordità.

Gli sbocchi professionali attesi differiscono significativamente tra i tre corsi di laurea:

Per il Corso di laurea in Scienze Psicosociali della Comunicazione, gli sbocchi principali si orientano verso l'industria culturale e il settore della comunicazione, dove sono richieste competenze approfondite nell'analisi dei processi di produzione, distribuzione e fruizione del messaggio comunicativo, sia in ambito mass-mediatico che digitale. Gli esperti formati in questo corso possono operare in aziende, organizzazioni no-profit, enti pubblici e agenzie specializzate, occupandosi di comunicazione d'impresa, sociale e digitale, marketing, analisi dei consumi e dei processi comunicativi.

Per il Corso di laurea in Comunicazione Interculturale, gli sbocchi professionali si concentrano specificamente su aziende, enti pubblici e organizzazioni che operano in contesti multiculturali. Gli esperti di comunicazione interculturale trovano occupazione in ambiti come la gestione di progetti internazionali, l'intermediazione culturale, la formazione interculturale e la consulenza per la comunicazione tra gruppi etnici diversi.

Per il Corso di laurea in Interpretariato e Traduzione in Lingua dei Segni Italiana (LIS) e Lingua dei Segni Italiana Tattile (LIST), essendo un corso di laurea professionalizzante, l'obiettivo principale è l'accesso diretto alla professione di interprete e traduttore per la Lingua dei Segni Italiana e la Lingua dei Segni Italiana tattile. I laureati possono lavorare in contesti pubblici e privati, quali istituzioni educative, servizi sociali, tribunali, ospedali e in contesti culturali dove è richiesta l'interpretazione per persone sorde o con disabilità sensoriali.

Sintesi delle motivazioni dell'istituzione dei gruppi di affinità

Il Corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione del Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Milano – Bicocca appartiene ad un gruppo di affinità diverso da quello del Corso di laurea di Comunicazione Interculturale del Dipartimento di Scienze della Formazione dello stesso ateneo. Il motivo sta nella differente filosofia formativa dei due Corsi di laurea e nella diversità dei progetti formativi e dei relativi percorsi di studio. Il corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione accentua maggiormente - rispetto all'altro corso di laurea - le tecniche di comunicazione mass-mediatiche, gli aspetti psicologici della comunicazione, e, all'intersezione tra le due tematiche, i riflessi psicologici e sociali delle comunicazioni mass-mediatiche. Il Corso di laurea di Comunicazione Interculturale si dedica invece agli aspetti pedagogici della comunicazione in contesti interattivi interculturali e multietnici, come indicato dall'enfasi sulle lingue extraeuropee e sulle materie antropologiche. Da questa impostazione deriva un totale di soli 24 cfu comuni ai due Corsi, relativi alla formazione sugli aspetti generali della comunicazione.

Il corso di laurea in Scienze psicosociali della comunicazione appartiene inoltre ad un gruppo di affinità diverso da quello del Corso di Laurea in interpretariato e traduzione in LIS e LIST, attivato in Ateneo nella medesima classe L-20, in quanto quest'ultimo è un corso sperimentale ad orientamento professionale pertanto è automaticamente collocato in un diverso gruppo di affinità.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
Esperto in Comunicazione Digitale e Marketing Pubblicitario
funzione in un contesto di lavoro: L'esperto in comunicazione digitale e marketing pubblicitario si occupa di progettare e gestire campagne pubblicitarie e comunicazioni aziendali attraverso canali digitali e multimediali. È responsabile della creazione di contenuti visivi e testuali per siti web, social media e piattaforme multimediali, oltre alla gestione di siti web aziendali e piattaforme pubblicitarie online. È in grado di sviluppare strategie di marketing digitale efficaci per promuovere prodotti, servizi e l'immagine di un'azienda o organizzazione, sfruttando strumenti come i social media, i motori di ricerca e altre piattaforme digitali.
competenze associate alla funzione: Gli esperti in questo settore possiedono competenze nella creazione di contenuti multimediali e gestione di campagne pubblicitarie multicanale. Sono in grado di utilizzare software grafici, strumenti di web design e piattaforme di marketing digitale. Sviluppano competenze nel monitoraggio e nell'analisi delle performance delle campagne. Utilizzano strumenti di analisi dei dati per ottimizzare i risultati, basandosi sui feedback raccolti, garantendo così l'efficacia delle strategie comunicative. In aggiunta, la crescente integrazione dell'intelligenza artificiale nei processi di marketing consente di automatizzare la creazione e la distribuzione dei contenuti, personalizzare le campagne in modo più accurato e migliorare l'interazione con il pubblico, rendendo queste competenze fondamentali per operare efficacemente nel settore.
sbocchi occupazionali: Tali esperti svolgono la loro attività presso agenzie di marketing, pubblicità e comunicazione, centri media, aziende con dipartimenti marketing interni, piattaforme digitali e start-up che necessitano di gestire la loro presenza online. Possono lavorare come specialisti di marketing digitale, social media manager, content creator, o consulenti freelance per la gestione della comunicazione pubblicitaria online e offline.
Esperto in Comunicazione Sociale e Istituzionale
funzione in un contesto di lavoro: L'esperto in comunicazione sociale e istituzionale progetta e gestisce strategie di comunicazione per enti pubblici, organizzazioni non governative, istituzioni governative e organizzazioni no-profit. Lavora per sensibilizzare il pubblico su temi di interesse collettivo, quali i diritti umani, la salute pubblica, l'educazione civica e l'ambiente. Questo ruolo prevede anche la gestione della comunicazione istituzionale, migliorando la trasparenza comunicativa e la fiducia nei rapporti tra le istituzioni e i cittadini.
competenze associate alla funzione: Le competenze richieste per questa funzione includono la capacità di sviluppare strategie di comunicazione volte a promuovere temi sociali, etici e civici in maniera persuasiva e comprensibile per diversi segmenti della popolazione. L'esperto in questo ambito è in grado di gestire campagne multicanale, utilizzando sia i media tradizionali che i social media, e di organizzare eventi pubblici per amplificare il messaggio sociale o istituzionale. Grazie alle conoscenze acquisite sulle dinamiche psicosociali che influenzano i comportamenti individuali e collettivi, è in grado di costruire messaggi che possano avere un impatto rilevante sulle decisioni del pubblico.
sbocchi occupazionali: Uffici di comunicazione di enti pubblici e istituzioni governative (comuni, regioni, ministeri, ecc.), terzo settore, ONG e organizzazioni no-profit che operano su temi sociali e civici, agenzie di comunicazione specializzate in campagne sociali, uffici stampa di istituzioni pubbliche, sanitarie o culturali, consulenza per enti che promuovono campagne di educazione civica e partecipazione pubblica.
Esperto in Comunicazione d'impresa
funzione in un contesto di lavoro: Tali esperti operano con organizzazioni profit e no-profit, gestendo la comunicazione interna ed esterna e applicando principi di psicologia organizzativa e comportamentale per migliorare l'efficacia delle strategie comunicative. Assicurano il mantenimento di relazioni positive dell'organizzazione con i suoi diversi stakeholders. Promuovono processi organizzativi e comunicativi atti a costruire e migliorare la reputazione dell'organizzazione presso i propri lavoratori, consumatori, media, finanziatori, istituzioni e comunità locali. Promuovono la responsabilità sociale d'impresa e contribuiscono alla gestione delle crisi organizzative. Contribuiscono alla costruzione di pratiche comunicative che favoriscono l'espressione del potenziale dei lavoratori.
competenze associate alla funzione: Al fine di promuovere nel miglior modo le relazioni pubbliche e l'immagine di una impresa o di un'organizzazione, gli esperti della comunicazione d'impresa devono acquisire competenze nell'ideazione e organizzazione di eventi, nella gestione di iniziative di marketing, nella gestione di un ufficio stampa, nella redazione di testi pubblicitari da diffondere a mezzo stampa, radiotelevisione, e altri mezzi di comunicazione multimediale, nonché nell'ideazione di altre forme di comunicazione multimediale.
sbocchi occupazionali: Tali esperti trovano occupazione in aziende, organizzazioni no-profit e istituzioni presso i dipartimenti delle risorse umane, di marketing, di corporate communication o relazioni esterne, presso agenzie di comunicazione, agenzie pubblicitarie, centri media, istituti di ricerca di mercato.
Analista dei Processi Comunicativi e dei comportamenti di consumo ed economici
funzione in un contesto di lavoro: Studia e analizza le dinamiche comunicative interne ed esterne di organizzazioni e gruppi di individui ed analizza comportamenti, cognizioni ed emozioni degli attori economici. Tramite metodi di indagine quantitativi e qualitativi raccoglie dati su comportamenti, percezioni, atteggiamenti, aspettative ed emozioni del pubblico e dei consumatori. Fornisce in questo modo suggerimenti utili alle strategie di comunicazione e di marketing di organizzazioni pubbliche e private.
competenze associate alla funzione: Tali esperti sono in grado di costruire e utilizzare strumenti di rilevazione efficaci (es. questionari), di analizzare i dati raccolti, anche facendo ricorso a tecniche di natura statistica, e di selezionare tra le informazioni raccolte e disponibili quelle rilevanti per le organizzazioni pubbliche e private (ad es., per l'analisi dei processi di comunicazione interni ed esterni). Sono inoltre in grado di considerare l'interazione tra gli elementi individuali e quelli socio-culturali nella comprensione dei fenomeni comunicativi e dei comportamenti di consumo.
sbocchi occupazionali: Agenzie di ricerca, dipartimenti marketing di aziende, istituti di ricerca di mercato.
Esperto dei processi formativi
funzione in un contesto di lavoro: Tali esperti si occupano della progettazione, gestione ed erogazione di programmi di formazione rivolti a lavoratori, neo-lavoratori e persone in cerca di lavoro. Analizzano le esigenze organizzative e le caratteristiche del personale per determinare le aree che necessitano di interventi formativi. Considerano i processi e la cultura organizzativa per supportare i neo assunti ad integrarsi socialmente e dal punto di vista tecnico in azienda. Determinano, sulla base delle esigenze del mercato e delle caratteristiche individuali, interventi formativi indirizzati a persone in cerca di occupazione.

competenze associate alla funzione: Gli esperti dei processi formativi conoscono le dinamiche dell'apprendimento di individui e gruppi. Sono in grado di progettare programmi di formazione efficaci e coinvolgenti e di utilizzare i metodi di insegnamento in maniera flessibile a seconda dei settori e contesti nei quali si trova ad operare. Conoscono le dinamiche comunicative ed interpersonali e usano tali conoscenze per comunicare in maniera efficace e per costruire relazioni positive in aula. Possiedono inoltre competenze per la diffusione e la pubblicizzazione di percorsi formativi, nonché per la loro gestione.
sbocchi occupazionali: Area Formazione e Sviluppo all'interno dei dipartimenti Risorse Umane di aziende, enti pubblici e organizzazioni no-profit; società di consulenza che offrono servizi di formazione; centri per l'impiego e di collocamento mirato.
Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)
• Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1) • Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2) • Tecnici dei servizi per l'impiego - (3.4.5.3.0) • Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1) • Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0) • Intervistatori e rilevatori professionali - (3.3.1.3.2)

Attività di base

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/12 Linguistica italiana L-LIN/01 Glottologia e linguistica L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	32	48	-
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	8	16	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:		40		
Totale Attività di Base				40 - 64

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ICAR/17 Disegno M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SECS-S/05 Statistica sociale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	8	16	-
Scienze umane ed economico-sociali	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-PED/01 Pedagogia generale e sociale M-PED/03 Didattica e pedagogia speciale M-PED/04 Pedagogia sperimentale M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	40	56	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	M-FIL/02 Logica e filosofia della scienza M-STO/05 Storia delle scienze e delle tecniche	8	16	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		56		
Totale Attività Caratterizzanti				56 - 88

Attività affini

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	24	40	18

Totale Attività Affini	24 - 40
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	16
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	4
	Abilità informatiche e telematiche	0	3
	Tirocini formativi e di orientamento	6	12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	10
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	30 - 54
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	150 - 246

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

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività di base

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 19/02/2025