

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI
LAUREA IN
COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA'
L20**

INDICE

Art. 1 - Titolo. Obiettivi. Durata. Crediti.....	3
Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, sbocchi occupazionali e professionali.....	3
Art. 3 – Conoscenze richieste per l’accesso al Corso di Laurea	3
Art. 4 – Curricula formativi e articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico..	4
Art. 5 –Erogazione della didattica on line e materiali didattici	4
Art. 6 – Obblighi di frequenza on line	4
Art. 7 – Prove di verifica.....	4
Art. 8 – Prova finale	5
Art. 9 – Riconoscimento Crediti Formativi Universitari	5
Art. 10 – Consiglio di Corso di Studi	5
Art. 11 –Norma di rinvio	6
Art. 12 –Entrata in vigore.....	6
Allegato 1.....	7

Art. 1 - Titolo. Obiettivi. Durata. Crediti

1. Il presente regolamento disciplina il corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA'
2. La durata del corso di laurea triennale è di anni 3.
3. La presente laurea triennale si consegue con l'acquisizione di complessivi 180 cfu compresi quelli relativi alla prova finale, alle conoscenze obbligatorie oltre alle prove di lingua italiana e di una lingua europea.
4. La prova di lingua italiana è limitata agli studenti non aventi cittadinanza italiana; la prova di lingua europea (per tutti gli iscritti al corso di laurea) si intende assorbita dal superamento dell'esame specifico previsto all'interno del piano di studi.
5. La struttura didattica competente per il corso di laurea triennale in questione è la Facoltà di Economia.

Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, sbocchi occupazionali e professionali

1. Gli obiettivi professionali specifici e gli sbocchi occupazionali e professionali sono contenuti nell'Allegato 1 del presente Regolamento Didattico e coincidono con quelli indicati nella Scheda SUA di ciascun anno accademico e pubblicata sulla Banca dati Ministeriale University.

Art. 3 – Conoscenze richieste per l'accesso al Corso di Laurea

1. L'ammissione al Corso COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA' richiede il possesso di un Diploma di Scuola Media Superiore o altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto equipollente o idoneo dalla normativa vigente. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione al Corso di Studio è deliberato dall'Università, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti. È altresì richiesta un'adeguata preparazione di base nell'ambito della lingua italiana e una buona conoscenza della cultura generale di base. Il livello di approfondimento delle conoscenze di base richiesto è quello previsto nei programmi di studio delle scuole secondarie di secondo grado. È inoltre richiesta un'adeguata conoscenza di una seconda lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano, almeno di livello B1 del quadro normativo di riferimento europeo.
2. La verifica della preparazione iniziale avverrà tramite un test di ammissione, secondo modalità indicate nel Regolamento Didattico del Corso di Studio. Agli studenti che non superano tale test, e intendono ugualmente iscriversi, sono assegnati Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) che verranno assolti con attività di recupero formativo consistenti nell'obbligo a seguire i precorsi (Corsi Zero) appositamente erogati dall'Università e a superare i relativi test finali.

Art. 4 - Curricula formativi e articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico

1. I curricula formativi e l'articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico sono contenuti nell'Allegato 1 del presente Regolamento Didattico e coincidono con quelli indicati nella Scheda SUA di ciascun anno accademico e pubblicata sulla Banca dati Ministeriale University.

Art. 5 -Erogazione della didattica on line e materiali didattici

1. La metodologia didattica posta in essere prevede l'utilizzo di learning objects (unità di contenuto didattico), in cui convergono molteplici strumenti didattici (materiali e servizi), che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente.
2. Lo studente, infatti, dispone:
 - ❖ delle videolezioni;
 - ❖ delle diapositive (arricchite da testi, tabelle, immagini, grafici, etc.) commentate in audio dal docente;
 - ❖ della dispensa (testo scritto di supporto, con riferimenti bibliografici, note, etc.);
 - ❖ delle esercitazioni di autovalutazione per la verifica dello stato di apprendimento. Ciascuno studente partecipa alle attività della classe virtuale, e viene seguito dal titolare della disciplina che è responsabile della didattica.
3. L'obiettivo di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico, creando un contesto sociale di apprendimento, viene conseguito anche attraverso l'organizzazione degli studenti in gruppi di lavoro gestiti da tutor esperti dei contenuti e formati agli aspetti tecnico-comunicativi della didattica online, che verificano la progressione dell'apprendimento degli studenti nelle classi virtuali, attraverso la Didattica Erogativa e la Didattica Interattiva.

Art. 6 - Obblighi di frequenza on line

1. Lo studente per essere ammesso alla prova di esame deve:
 - ❖ Essere in regola con il pagamento delle tasse universitarie;
 - ❖ Essere in regola con i tempi di fruizione dei materiali didattici avendo fruito almeno dell'80 per cento delle attività on line ed essendo trascorsi almeno 15 giorni dall'invio della credenziali d'accesso alla piattaforma. La frequenza on-line sarà ottenuta mediante tracciamento in piattaforma. Lo studente si collegherà alla piattaforma e-learning, attraverso le sue credenziali istituzionali, dove potrà disporre del materiale didattico e fruire delle lezioni.

Art. 7 - Prove di verifica

1. Le prove di verifica possono essere scritte e/o orali e possono. La prova scritta consiste in un test a risposta multipla da 31 domande.
2. Nel caso di un insegnamento articolato in moduli (come ad esempio gli insegnamenti a scelta) il voto finale è unico.

3. Per ciascun insegnamento è disponibile una scheda riepilogativa che individua anche le modalità di effettuazione delle prove di verifica.

Art. 8 – Prova finale

1. La Laurea si consegue con il superamento di una prova finale, che consiste nella redazione di un elaborato scritto a cura dello studente sotto la guida di un docente Relatore.
2. L'elaborato dovrà riguardare un tema, un progetto di sviluppo multimediale, un caso di studio, la progettazione di un contest inerente uno degli insegnamenti del percorso di studio.
3. Per la Laurea triennale non è prevista la discussione dell'elaborato

Art. 9 – Riconoscimento Crediti Formativi Universitari

1. I crediti formativi sono una misura dell'impegno complessivo richiesto allo studente per il raggiungimento degli obiettivi previsti, comprensivo dell'attività didattica assistita e dell'impegno personale, nell'ambito delle attività formative previste dal corso di studi.
2. I criteri corrispondenti a ciascuna attività formativa, vengono acquisiti dallo studente con il superamento dell'esame e di altra forma di verifica del profitto.
3. Gli studenti a cui saranno riconosciuti almeno 31 crediti verranno iscritti al secondo anno; gli studenti a cui saranno riconosciuti almeno 91 crediti verranno iscritti al terzo anno.
4. I crediti formativi universitari acquisiti nell'ambito di altri corsi della stessa classe di Laurea sono riconosciuti fino alla corrispondenza di quelli dello stesso settore scientifico-disciplinare o affine reperibili dal piano degli studi allegato.
5. La richiesta di riconoscimento sarà valutata dalla Commissione disciplinata dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 10 – Consiglio di Corso di Studi

1. Il Consiglio di Corso di Studi:
 - a. è composto da tutti i docenti di riferimento del Corso di Studi;
 - b. è presieduto dal Coordinatore del Corso di Studi, nominato dalla Facoltà.
2. Il Consiglio del CdS svolge, in collaborazione con gli uffici amministrativi preposti, i seguenti compiti:
 - a. elabora e sottopone al Consiglio di Facoltà l'Ordinamento didattico del Corso, comprensivo della precisazione dei curricula e dell'attribuzione di crediti alle diverse attività formative, in pieno rispetto degli obiettivi formativi qualificanti indicati dalla normativa vigente;
 - b. formula gli obiettivi formativi specifici del CdS, indica i percorsi formativi adeguati a conseguirli e assicura la coerenza scientifica ed organizzativa dei vari curricula proposti

- dall'Ordinamento;
- c. determina e sottopone al Consiglio di Facoltà i requisiti di ammissione al CdS, quantificandoli in debiti formativi e progettando l'istituzione da parte della Facoltà di attività formative propedeutiche e integrative finalizzate al relativo recupero;
 - d. assicura lo svolgimento delle attività didattiche e tutoriali fissate dall'Ordinamento e ne propone annualmente modifiche e precisazioni al Consiglio di Facoltà;
 - e. promuove la cultura dell'Assicurazione Qualità (AQ) della didattica, in coerenza con le linee strategiche promosse dall'Ateneo

Art. 11 -Norma di rinvio

Per quanto non espressamente disciplinato dal presente Regolamento si fa rinvio al Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 12 -Entrata in vigore

Il presente Regolamento è emanato con Decreto Rettorale previa delibera del Consiglio di Amministrazione, su proposta del Consiglio di Facoltà e parere del Senato Accademico. Espletate le procedure richieste, il presente Regolamento entra in vigore a decorrere dalla data di emanazione del relativo decreto rettorale. Il Regolamento si applica in ogni caso, per quanto di pertinenza, ai Corsi di studio istituiti o trasformati e attivati e disciplinati ai sensi del DM n. 270/2004 e dei successivi provvedimenti ministeriali relativi alle classi di corsi di studio.

L'allegato 1 del presente Regolamento è invece modificato ogni anno sulla base delle indicazioni e dei contenuti della Scheda SUA pubblicata nella Banca Dati ministeriale University ed è emanato con Decreto Rettorale.

Allegato 1

L'allegato comprende la descrizione di:

- ❖ Obiettivi formativi specifici, sbocchi occupazionali e professionali;
- ❖ Curricula formativi e articolazione degli insegnamenti per Anno Accademico.

Il Corso di Studio in breve

Il corso di laurea triennale in COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA' fornisce ai laureati una solida e ampia preparazione culturale e un'adeguata padronanza dei metodi di analisi delle informazioni e dei dati, da utilizzare anche alla luce di un contesto sociale in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi. L'approfondimento teorico-pratico della metodologia di studio e comprensione dell'analisi dei dati è uno degli strumenti portanti del CdS e consentirà allo studente di sviluppare le competenze necessarie a orientarsi nella complessità della tematica, nonché di interpretare e utilizzare i diversi processi comunicativi.

Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie. L'impianto generale del percorso di studi attinge a discipline dell'area umanistica e dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in un'ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca delle diverse conoscenze. Il percorso è infatti concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Quest'ultima tipologia di insegnamenti è stata rafforzata in un piano di studi caratterizzato da un approccio innovativo, strettamente legato alle varie dimensioni della comunicazione digitale d'impresa.

Il focus principale del percorso verte in maniera preponderante sullo studio analitico anche in una chiave fortemente orientata verso l'ingresso dei discenti nel mondo del lavoro delle nuove tecnologie in grado di comunicare e diffondere messaggi tramite l'impiego di processi di multimedialità. La proposta formativa è completata da una preparazione intermedia (livello B1 del Quadro comune di riferimento europeo per le lingue) della lingua inglese, indispensabile per avviare verso delle opportunità professionali nell'orizzonte europeo e internazionale.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il corso di laurea si prefigge l'obiettivo di formare laureati dotati di una solida preparazione culturale e di un'adeguata padronanza dei metodi di analisi precipui delle scienze della comunicazione, in uno scenario oggi in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi, della globalizzazione dei mercati e delle culture, dell'evoluzione delle professioni e delle dinamiche relazionali consentite da Internet. Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

1. Equilibrio fra saperi teorici e saperi "pratici" L'impianto generale del percorso di studi attinge da discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi. Il percorso è concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Le discipline teoriche permettono di acquisire strumenti di analisi e di contestualizzazione dei fenomeni storici, sociali e culturali attinenti ai molteplici linguaggi e prodotti della comunicazione. Una parte rilevante dell'offerta formativa sarà dedicata all'analisi del mutamento indotto dalla digitalizzazione e dalle sue conseguenze sull'assetto complessivo dei media e dei processi comunicativi in tutti i settori. Le discipline con una più spiccata dimensione tecnico-operativa renderanno gli studenti capaci di sviluppare competenze pratiche e creative nei vari campi della comunicazione.

2. Articolazione delle attività

Le attività di base previste dal percorso di studi sono volte a fornire i contenuti e gli strumenti fondamentali per affrontare il percorso formativo, in particolare in riferimento ad ambiti essenziali della cultura umanistica, alle prerogative linguistiche e informatiche della comunicazione, ai fondamenti concettuali delle scienze della comunicazione e dei linguaggi mediali. Le attività caratterizzanti riguardano specificamente il corso di studi e le sue articolazioni rispetto agli ambiti della comunicazione. Si ritiene di particolare importanza la formazione negli ambiti della museologia in relazione allo sviluppo delle arti multimediali e alla valorizzazione del patrimonio culturale, delle forme e dei linguaggi dello spettacolo, della psicologia della comunicazione, della sociologia dei processi comunicativi con particolare riferimento a media digitali. Il percorso formativo è completato da alcune discipline affini non previste dalla classe L-20 e tuttavia ritenute caratterizzanti. In particolare viene esteso il perimetro delle competenze dello studente alla conoscenza strumenti qualitativi e quantitativi della ricerca psico-sociale, alle implicazioni psico-pedagogiche dell'uso dei media sociali. Di particolare rilievo è l'applicazione, in un'ottica intermediale e transculturale, della narratologia e della comparatistica letteraria alle molteplici forme dello storytelling contemporaneo.

3. Struttura del percorso di studi

L'acquisizione delle competenze di base e caratterizzanti il percorso comune occupa il primo e il secondo anno del percorso di studi. Il primo anno è dedicato prevalentemente allo studio di discipline di base e da alcune caratterizzanti ma comuni a tutti i percorsi, di carattere sociologico, semiologico, storico, letterario e artistico. Un particolare accento viene posto sullo studio dei linguaggi audiovisivi nel contesto contemporaneo e sulle arti multimediali e sui fenomeni della produzione culturale e dell'industria creativa in genere. Nel secondo anno le materie teoriche si arricchiscono di discipline fondamentali

per il corso di laurea dedicate alle teorie dei linguaggi e dei media digitali, alla psicologia cognitiva applicata alla comunicazione, alla storia contemporanea, all'analisi comparativa di testi narrativi letterari e multimediali, ai processi economici dell'industria mediale. A queste si aggiungono discipline sociali caratterizzanti (o affini) in particolare di ambito economico. A partire dal terzo anno, il quadro formativo si differenzia completandosi con una serie di discipline caratterizzanti che permetteranno ai laureati di costruire dei percorsi di studi più specifici e in grado di orientarli verso le differenti professioni della comunicazione.

Gli studenti frequenteranno da un lato discipline collegate maggiormente alla comunicazione per le imprese multimediali e alla pubblicità, dall'altro discipline legate allo studio della comunicazione nelle istituzioni e nella società dell'informazione. Nel primo caso vengono acquisite conoscenze specifiche nell'ambito della comunicazione pubblicitaria, della costruzione della brand identity e della conduzione di ricerche con metodi qualitativi e quantitativi. Nel secondo caso vengono acquisite conoscenze nell'ambito di discipline dedicate ai linguaggi del giornalismo, alla comunicazione politica nel mondo globale, all'etica della comunicazione nel nuovo ecosistema digitale.

Saranno inoltre impartiti insegnamenti relativi all'analisi dei dati applicabili alle dinamiche specifiche dei social media. Specificità del modello didattico Si sottolinea che il modello didattico di e-learning adottato dall'Università UNIMERCATORUM è particolarmente funzionale allo sviluppo di competenze informatiche e telematiche fondamentali anche sul piano formativo (e professionale). Le modalità di interazione docente-studente inoltre stimolano competenze e abilità espressive, comunicative e tecnologiche anch'esse centrali funzionali rispetto agli obiettivi del corso di studio.

Tabella Piano di Studio

ANNO	ATTIVITA'	SSD	INSEGNAMENTO	CFU
ANNO 1	DI BASE	M-FIL/05	Semiotica Generale	9
	DI BASE	M-STO/04	Storia Contemporanea	6
	DI BASE	SPS/07	Metodologia della ricerca nella società digitale	12
	DI BASE	SPS/08	Sociologia della comunicazione	12
	CARATTERIZZANTI	L-ART/06	Semiotica dei Media	9
	CARATTERIZZANTI	SECS-P/10	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale	6
	ALTRE ATTIVITA'	Abilità informatiche e telematiche	Abilità informatiche e telematiche	3
ANNO 2	DI BASE	ING-INF/05	Search Engine Optimization	9
	DI BASE	SPS/09	Processi economici e produttivi delle Media Company	6
	CARATTERIZZANTI	ICAR/17	Tecniche della rappresentazione digitale	9
	CARATTERIZZANTI	L-ART/04	Arti visuale e nuove tecnologie rappresentative	9
	CARATTERIZZANTI	M-PED/04	Tecnologie digitali e processi cognitivi	12
	AFFINI	L-FIL-LET/14	Narratologia e storytelling	9
	AFFINI	M-PSI/07	Community management	9
ANNO 3	CARATTERIZZANTI	L-ART/06	Audiovisivi digitali	9
	CARATTERIZZANTI	SECS-P/08	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	9
	CARATTERIZZANTI	SPS/08	Digital and Social Media Management	9
	CARATTERIZZANTI	IUS/09	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	9
	ALTRE ATTIVITA'	A scelta dello studente	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITA'	Ulteriori conoscenze linguistiche	Ulteriori conoscenze linguistiche	3
	ALTRE ATTIVITA'	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
	ALTRE ATTIVITA'	Per la prova finale	Per la prova finale	6