

<b>Università</b>	Università per Stranieri di PERUGIA
<b>Classe</b>	L-20 R - Scienze della comunicazione
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione internazionale e pubblicitaria <i>modifica di: Comunicazione internazionale e pubblicitaria (1405371)</i>
<b>Nome del corso in inglese</b>	INTERNATIONAL AND ADVERTISING COMMUNICATIONS
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	LT01R
<b>Data di approvazione della struttura didattica</b>	06/11/2024
<b>Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione</b>	20/11/2024
<b>Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni</b>	13/06/2019 -
<b>Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento</b>	
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.unistrapg.it/node/42">https://www.unistrapg.it/node/42</a>
<b>Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi</b>	SCIENZE UMANE E SOCIALI INTERNAZIONALI
<b>EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi</b>	
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	48 - max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024
<b>Numero del gruppo di affinità</b>	1

### **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 mediatici, 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 mediatiche; 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 Nucleo ha preso visione della documentazione disponibile in data 16 febbraio 2015, in particolare della delibera del 10.2.2015 del Consiglio di Dipartimento di Scienze Umane e Sociali e del verbale della riunione con le parti sociali.

È apprezzabile la condivisione con le parti sociali. Il verbale dell'incontro di consultazione tuttavia non permette di verificare se esista o sia preventivato un canale adeguato a produrre azioni sistematiche nella sostanza, e intelleggibili anche a livello di comunicazione per permettere una maggiore attrattività dell'Ateneo.

Il Nucleo osserva che le modifiche effettuate riguardano l'individuazione di criticità nell'offerta formativa esistente, cui si è risposto con l'adozione di azioni globali quali l'eliminazione dei corsi integrati e una maggiore attenzione alle attività di tirocinio.

Il Nucleo rileva che sono soddisfatti i requisiti quantitativi di docenza, in quanto il numero dei corsi di studio resta invariato; tuttavia si osserva che la nuova offerta richiede competenze che dovranno integrare quelle già presenti in Ateneo per garantire la sostenibilità. A tal proposito, il Nucleo dà per scontato, qualora sia necessario ricorrere a docenza esterna, che sia stata verificata la copertura della spesa in bilancio. Il Nucleo di Valutazione auspica che le modifiche proposte contribuiscano al raggiungimento degli obiettivi di qualificazione dell'offerta formativa e della maggiore attrattività.

Infine il Nucleo dà atto che è stato adottato un sistema di Assicurazione della Qualità in attuazione della L. 240 e successivi decreti, ed esprime parere favorevole sull'adeguatezza delle strutture usate dall'Ateneo per il corretto funzionamento dei corsi.

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

Il giorno 11 febbraio 2015 alle ore 12,00, a seguito della convocazione del Rettore dell'Università per Stranieri di Perugia, si sono riuniti, presso la Sala Riunioni del Rettorato nella sede centrale di Palazzo Gallenga in Piazza Fortebraccio 4, i rappresentanti delle parti sociali e delle professioni interessati ai percorsi formativi dei corsi di studio dell'Università per Stranieri di Perugia.

Hanno partecipato i seguenti rappresentanti delle Parti Sociali:

- Comune di Perugia: Assessore cultura, turismo e università
- Provincia di Perugia: Dirigente responsabile del servizio 'Politiche del lavoro, formazione e istruzione'
- Ufficio Scolastico Regionale: delegato
- CCIAA di Perugia: Responsabile Comunicazione, Informazione e Urp
- Confcommercio Perugia: Responsabile Sicurezza sul lavoro e alimentare
- Ass. Piccole e Medie Imprese dell'Umbria: Vice Direttore
- Umbria Export: Direttore e delegato Confindustria Umbria
- Cgil Regionale: Segretario Regionale
- Cisl Regionale: delegata per la Segreteria Regionale
- C.S.A. della CISAI Università: rappresentante interno dell'Università per Stranieri
- R.S.U.: rappresentante interno dell'Università per Stranieri
- R.S.U.: rappresentante interno dell'Università per Stranieri
- R.S.U.: rappresentante interno dell'Università per Stranieri

Dell'Università per Stranieri hanno partecipato:

- Rettore
- Direttore del Dipartimento di Scienze Umane e Sociali
- Direttore Generale
- Delegato per la Didattica
- Presidente Corso RICS
- Presidente Corso ItaS
- Presidente Corso PrIE
- Presidente Corso ComPU
- Presidente Corso LiCI

Il Rettore Giovanni Paciullo ha aperto l'incontro con un saluto istituzionale a tutti i rappresentanti delle Parti Sociali dell'Umbria presenti all'incontro e ha passato la parola ai Presidenti dei Corsi di Laurea che hanno esposto le modifiche agli ordinamenti didattici e le esigenze di miglioramento che hanno motivato tali modifiche, soffermandosi ognuno su alcune specificità peculiari del proprio Corso.

Al termine della presentazione, i rappresentanti delle diverse Parti Sociali hanno preso la parola esponendo le proprie considerazioni dalle quali è emerso un generale consenso ai miglioramenti apportati e il riconoscimento pieno dello sforzo concreto che l'Ateneo sta compiendo per andare incontro alle effettive esigenze della realtà in cui opera, dimostrando notevole elasticità e capacità di adattamento.

Molti sono stati gli interventi nei quali è emerso apprezzamento per la propensione dell'Università per Stranieri ad adeguare la formazione degli studenti alle esigenze del mondo del lavoro ed è stata messa in risalto la sua forte vocazione all'internazionalizzazione. In tal senso, sono state incoraggiate iniziative di collaborazione fra l'Ateneo e le diverse associazioni del mondo produttivo, interessate ai contatti dell'Ateneo con i Paesi di tutto il Mondo.

Alle ore 14,15 il Rettore, non essendoci altri interventi, ha ringraziato le Parti Sociali intervenute e ha dichiarato conclusa la riunione.

## **Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo**

Il corso di laurea nasce da un progetto formativo che ha come obiettivo la formazione di operatori della comunicazione a tutti i livelli. Sono previsti due curricula:

- il primo (ComIP-I, Comunicazione Internazionale) si propone come obiettivo formativo specifico quello di dotare il laureato di conoscenze e competenze relative alle strategie e alle tecniche della comunicazione istituzionale di enti e organismi internazionali, di varia natura e livello, appartenenti al settore pubblico e del privato-sociale;

- il secondo (ComIP-P, Comunicazione Pubblicitaria) si propone come obiettivo formativo specifico quello di dotare il laureato di conoscenze e competenze nei campi delle strategie e delle tecniche della comunicazione d'impresa (di marketing, organizzativa e istituzionale), della comunicazione sociale e della comunicazione pubblicitaria.

Il corso di laurea consta di tre aree di apprendimento comuni, che si collocano alla base del progetto formativo e che possono essere sintetizzate come segue:

A) Area delle lingue, dei linguaggi e della comunicazione, finalizzata a dotare il laureato sia di competenze relative ai fondamenti psicologici e cognitivi dei sistemi semiotici e linguistici, sia di abilità nell'uso strategico e professionale della lingua italiana e di altre due lingue dell'Unione Europea (inglese e spagnolo);

B) Area delle discipline sociali e mediologiche, finalizzata a dotare il laureato di competenze di base e abilità specifiche che gli consentano di svolgere compiti professionali nei media, nella pubblica amministrazione, nell'industria culturale;

C) Area storico-giuridica, finalizzata a dotare il laureato di conoscenze di base nei settori della storia contemporanea e del diritto privato dell'informazione.

Vi sono poi due aree di apprendimento che caratterizzano in modo esclusivo ciascuno dei curricula:

D1) (ComIP-I) Area delle discipline politologiche, giuridiche e dell'opinione pubblica, finalizzata a dotare il laureato di conoscenze approfondite relative all'organizzazione dei sistemi politici, alle relazioni internazionali, ai sistemi di tutela dei diritti umani, ai temi della migrazione e della cittadinanza e al modo in cui essi vengono comunicati;

D2) (ComIP-P) Area delle discipline economico-aziendali e delle discipline artistico-letterarie, finalizzata a dotare il laureato delle conoscenze e delle abilità di base necessarie alla definizione di progetti di comunicazione pubblicitaria d'impresa e istituzionale, sia sotto il profilo economico-gestionale sia sotto il profilo dell'efficacia comunicativa.

Il consolidamento e l'approfondimento delle conoscenze acquisite in aula sarà favorito dalla partecipazione ad attività di carattere laboratoriale e ad uno stage esterno: tali attività, opportunamente diversificate per ciascuno dei curricula previsti, consentiranno infatti allo studente di applicare concretamente le nozioni apprese, interagendo con interlocutori qualificati provenienti dal mondo istituzionale e professionale.

In particolare, le attività di stage, costantemente monitorate dall'Ateneo, si svolgeranno presso agenzie pubblicitarie, istituzioni pubbliche e private, altre Università italiane e straniere, nel quadro dell'ampia rete di accordi nazionali e internazionali che costituisce la base della missione istituzionale dell'Università per Stranieri di Perugia.

## **Descrizione sintetica delle attività affini e integrative**

Tra le attività affini e integrative il CdS prevede, per entrambi i curricula, insegnamenti nell'ambito della semiotica e delle lingue europee moderne; a seconda del curriculum, insegnamenti giuridici e connessi ai temi della sostenibilità sociale e ambientale, oppure insegnamenti connessi alla storia dell'arte e al design.

## **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 laureato possiede:

- conoscenze teoriche generali e competenze metodologico-professionali nelle discipline della comunicazione e delle scienze sociali;
- capacità di analisi critica e solide competenze relative agli usi strategici dei linguaggi in relazione alle finalità della comunicazione e alle caratteristiche dei destinatari, con particolare riferimento alle società multiculturali;
- conoscenze di base in materia di storia contemporanea e diritto privato

(curriculum internazionale)

- conoscenze relative ai processi storici e storico-ideologici di formazione delle identità istituzionali nazionali e sovranazionali e alla loro collocazione e comportamento nel campo delle relazioni internazionali

(curriculum pubblicitario)

- conoscenze specifiche relative ai linguaggi e al funzionamento dei media tradizionali e dei nuovi media;
- conoscenze e competenze relative alle tecniche finalizzate all'indagine dei problemi del mercato e dei comportamenti di consumo, nonché relative alla costruzione di testi e immagini destinati alla promozione e pubblicità di prodotti, brand, enti, territori, eventi.

Le conoscenze e la comprensione saranno verificate mediante prove d'esame orali e/o scritte, prove di valutazione in itinere orali e/o scritte, relazioni e tesine su contenuti disciplinari.

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

Il laureato:

- padroneggia i fondamentali strumenti metodologici dell'indagine e dell'analisi sociologica;
- è in grado di realizzare testi (in lingua italiana o straniera) per attività di comunicazione, su supporto cartaceo o digitale, adattandoli agli obiettivi di una data organizzazione e/o alle esigenze del contesto e del pubblico di riferimento;
- è consapevole delle potenziali criticità insite nella comunicazione interculturale e sa adottare strategie adeguate a risolverle;
- è in grado di commisurare i processi di produzione dei contenuti comunicativi con riferimento al quadro normativo di riferimento;

(curriculum internazionale)

- è in grado di individuare la natura dei problemi di profilo politico e giuridico internazionale che pertengono all'operatività professionale nel mondo della comunicazione e nei rapporti tra entità rilevanti del quadro internazionale, individuando le linee generali dei possibili percorsi di soluzione ai suddetti problemi

(curriculum pubblicitario)

- è in grado di contribuire alla progettazione e alla realizzazione di campagne di comunicazione nel settore pubblico e privato, realizzando analisi di mercato e di specifici contesti in cui sia richiesto il contributo del comunicatore;
- è in grado di attingere al patrimonio letterario e artistico per potenziare l'efficacia del prodotto comunicativo.

Le capacità di applicare conoscenza e comprensione saranno così verificate:

- relazioni e tesine sulle attività di laboratorio e sulle esercitazioni seminariali;
- relazione finale sul tirocinio redatta dallo studente con la supervisione del tutor universitario o del responsabile dell'ente o istituzione presso cui si è svolta tale esperienza;
- prova di valutazione finale.

### **Autonomia di giudizio (making judgements)**

Il laureato:

- è in grado di valutare i principali aspetti di contesto in cui debbano applicarsi le competenze dell'operatore della comunicazione; questo obiettivo viene conseguito mediante un'impostazione interdisciplinare dei singoli insegnamenti;
- relativamente a singoli obiettivi comunicativi, è in grado di individuare le criticità e gerarchizzare le priorità; questo obiettivo viene conseguito mediante l'adozione di un approccio tecnico-operativo nell'ambito degli insegnamenti e delle attività di laboratorio più strettamente pertinenti alle scienze della comunicazione, con costanti sollecitazioni al confronto tra le diverse prospettive disciplinari.
- è in grado di inserire il proprio contributo professionale all'interno di team che possono essere multiculturali e/o multidisciplinari; questo obiettivo viene conseguito mediante una formazione globalmente orientata al confronto con la complessità e la molteplicità dei saperi che caratterizzano la società contemporanea.
- è in grado di valutare l'efficacia di testi e campagne di comunicazione attraverso l'analisi semiotico-testuale e tecniche di raccolta di informazioni e analisi dei dati; questo obiettivo viene conseguito mediante attività seminariali che analizzino casi-studio concreti, anche in forma di workshop con operatori del settore della comunicazione.

L'autonomia di giudizio sarà verificata, in modalità scritta o orale, mediante domande o esercizi specifici mirati ad accertare la capacità dello studente di affrontare casi pratici e di raccogliere e valutare informazioni su di essi. Contribuirà inoltre alla verifica la valutazione espressa dai tutor e referenti dell'attività di stage.

### **Abilità comunicative (communication skills)**

Il laureato:

- è in grado di costruire e sostenere relazioni di tipo professionale nei diversi ambiti in cui sia richiesto il suo contributo, mediante la comunicazione, orale, scritta e via Internet; questo obiettivo viene conseguito mediante insegnamenti di carattere linguistico finalizzati a sviluppare conoscenze e competenze nel settore dei linguaggi specialistici e della strutturazione dei testi.
- padroneggia efficacemente, in forma scritta e orale, la lingua inglese ed un'altra lingua dell'Unione Europea (spagnolo); questo obiettivo viene conseguito mediante insegnamenti curriculari di lingua e traduzione, affiancati dai relativi corsi di sostegno linguistico (lettorati); l'acquisizione di competenze nelle lingue straniere viene inoltre promossa mediante possibilità di riconoscimento di CFU per ulteriori corsi di lingua interni all'Ateneo, esperienze all'estero, certificazioni autonomamente conseguite.
- è in grado di contribuire all'organizzazione e alla gestione dei flussi informativi interni ed esterni ad una organizzazione; questo obiettivo viene conseguito mediante conoscenze acquisite con insegnamenti curriculari (soprattutto in materia di sociologia della comunicazione), coniugate a esperienze mediate (laboratori e seminari) o personalmente effettuate (stage).
- è in grado di valutare la corretta impostazione di testi e campagne di comunicazione in prospettiva interculturale; questo obiettivo viene conseguito mediante concrete esperienze di confronto con il tema della diversità culturale, nell'ambito di insegnamenti linguistici, sociologici e semiotici, nonché mediante la possibilità di acquisire competenze di base in lingue "distanti" quali il cinese e il giapponese.

Le abilità comunicative saranno verificate mediante:

- presentazioni orali in lingua italiana e straniera;
- simulazioni di interazioni in contesto di lavoro;
- redazione e discussione di tesine e relazioni;
- redazione e discussione della prova finale.

Contribuirà inoltre alla verifica la valutazione espressa dai tutor e referenti dell'attività di stage.

### **Capacità di apprendimento (learning skills)**

Il laureato:

- possiede capacità di reperimento e gestione di fonti e banche dati;
- ha capacità di aggiornamento auto-diretto delle proprie conoscenze e competenze;
- ha la capacità di contribuire a processi di apprendimento organizzativo finalizzati a promuovere modifiche dei comportamenti, delle relazioni e delle strutture.

Queste competenze vengono conseguite attraverso esercitazioni, attività seminariali, laboratori e stage. Le capacità sviluppate saranno verificate mediante:

- prove pratiche (realizzazione di progetti individuali e di gruppo);
- valutazioni prodotte dai docenti delle attività esercitative, seminariali, laboratoriali e di stage;
- prova finale

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

Per accedere al corso di laurea è necessario il possesso di diploma di scuola media secondaria superiore o di titolo di studio estero valido per l'accesso alla formazione universitaria.

Per gli studenti in ingresso è previsto un colloquio non selettivo di verifica della personale preparazione (su temi di cultura generale) e della capacità di comprensione di testi relativi ai temi delle scienze umanistico-sociali, anche in inglese.

L'accesso degli studenti stranieri ai corsi universitari in Italia è regolato da apposita Circolare ministeriale (indicata nel Manifesto degli Studi), che prevede i requisiti linguistici e le relative modalità di certificazione/verifica di tali requisiti. Gli studenti che, sulla base della circolare ministeriale, non abbiano già assolto a tali obblighi dovranno sostenere, oltre al colloquio in ingresso, una prova di conoscenza della lingua italiana al livello B2 del QCER.

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

Come previsto dal Regolamento didattico del Corso (art. 14), la prova finale del corso di Laurea ComIP consiste nell'esposizione, in seduta pubblica dinanzi ad una apposita commissione, di un elaborato su uno specifico argomento (tesi), concordato con un docente relatore che assiste lo studente nel lavoro di progettazione e stesura del testo. L'elaborato può consistere alternativamente nella:

- a) presentazione di una relazione scritta (di un minimo di 30-40 pagine) riguardante l'approfondimento di un tema relativo a una o più discipline del corso di studio;
- b) presentazione di un prodotto multimediale (Cd, video, film, o altra opera audiovisiva e/o informatica multimediale) concernente un'applicazione in una delle aree della comunicazione approfondite dallo studente nel corso del triennio.

L'elaborato può essere redatto in una lingua straniera europea della quale sia presente un insegnamento nel corso di laurea, previa accettazione da parte del relatore. In tal caso, l'elaborato dovrà contenere un'ampia sintesi in lingua italiana.

### **Comunicazioni dell'ateneo al CUN**

<b>Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati</b>
<b>Operatore della comunicazione nel settore pubblico e privato</b>
<b>funzione in un contesto di lavoro:</b> Il laureato sarà in grado di ideare e gestire progetti di comunicazione, negli ambiti della comunicazione d'impresa, istituzionale e pubblicitaria, ma anche nell'ambito delle relazioni internazionali e dell'interscambio culturale.
<b>competenze associate alla funzione:</b> Il laureato sarà in grado di: - elaborare testi in lingua italiana e in almeno due lingue dell'Unione Europea, con specifica padronanza dei relativi linguaggi settoriali della comunicazione; - interagire ed operare efficacemente in contesti multiculturali; - servirsi dei sistemi e degli strumenti informatici di base per progettare e realizzare azioni di comunicazione; - gestire i contenuti digitali al fine utilizzarli per creare pagine e siti ed elaborare strategie di veicolazione di contenuti e di interazione nei vari ambienti online; - raccogliere ed analizzare i dati necessari alla progettazione, alla realizzazione e allo sviluppo di piani di comunicazione; - selezionare e gestire le strategie e i mezzi di comunicazione più appropriati in relazione alle specifiche esigenze del contesto e dell'obiettivo del progetto di comunicazione.
<b>sbocchi occupazionali:</b> Il corso forma operatori della comunicazione che trovano collocazione presso uffici stampa e uffici relazioni con il pubblico, istituti per le indagini demoscopiche e di mercato, imprese e editoriali e organi di informazione, emittenti radiofoniche e televisive, agenzie di servizi web, enti locali, fondazioni, partiti politici, sindacati e associazioni a carattere nazionale e transnazionale.  In particolare: il curriculum in Comunicazione Internazionale consente di ricoprire incarichi presso: - organismi della cooperazione internazionale; - uffici di cittadinanza e servizi di supporto alla convivenza multiculturale; - organizzazioni operanti a livello internazionale nel settore delle relazioni culturali;  il curriculum in Comunicazione Pubblicitaria è orientato invece alla formazione di elevate professionalità in: - agenzie di pubblicità (art director, copywriter, account, media planner) - agenzie di consulenza per il marketing e la comunicazione; - agenzie per l'organizzazione di eventi.
<b>Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)</li> <li>• Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)</li> <li>• Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)</li> <li>• Agenti e rappresentanti di artisti ed atleti - (3.3.4.7.0)</li> <li>• Agenti di pubblicità - (3.3.4.4.0)</li> <li>• Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)</li> <li>• Corrispondenti in lingue estere e professioni assimilate - (3.3.1.4.0)</li> </ul>

### Attività di base

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	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	33	39	-
Discipline sociali e mediologiche	SPS/07 Sociologia generale	6	6	-
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:</b>		39		

<b>Totale Attività di Base</b>	39 - 45
--------------------------------	---------

### Attività caratterizzanti

<b>ambito: Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione</b>		<b>CFU</b>	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		12	39
<b>Gruppo</b>	<b>Settore</b>	<b>min</b>	<b>max</b>
<b>C11</b>	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	12	18
<b>C12</b>	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	0	21

<b>ambito: Scienze umane ed economico-sociali</b>		<b>CFU</b>	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		24	30
<b>Gruppo</b>	<b>Settore</b>	<b>min</b>	<b>max</b>
<b>C21</b>	M-PSI/01 Psicologia generale	9	9
<b>C22</b>	SPS/07 Sociologia generale	6	12
<b>C23</b>	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	9	15

<b>ambito: Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche</b>		<b>CFU</b>	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito		18	45
<b>Gruppo</b>	<b>Settore</b>	<b>min</b>	<b>max</b>
<b>C31</b>	IUS/01 Diritto privato M-STO/04 Storia contemporanea	18	18
<b>C32</b>	SPS/01 Filosofia politica SPS/04 Scienza politica	0	21
<b>C33</b>	SPS/02 Storia delle dottrine politiche	0	6

<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:</b>		
---	--	--

<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>	54 - 114
--	----------

### Attività affini

<b>ambito disciplinare</b>	<b>CFU</b>		<b>minimo da D.M. per l'ambito</b>
	<b>min</b>	<b>max</b>	
Attività formative affini o integrative	21	24	<b>18</b>

<b>Totale Attività Affini</b>	21 - 24
-------------------------------	---------

**Altre attività**

<b>ambito disciplinare</b>		<b>CFU min</b>	<b>CFU max</b>
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	0	0
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	0
	Abilità informatiche e telematiche	3	3
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	3	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		0	0
<b>Totale Altre Attività</b>		30 - 33	

**Riepilogo CFU**

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>
<b>Range CFU totali del corso</b>	144 - 216

**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 21/11/2024