

Università	Università degli Studi di PADOVA
Classe	LM-92 - Teorie della comunicazione
Nome del corso	Strategie di comunicazione <i>modifica di: Strategie di comunicazione (1006981)</i>
Nome inglese	Strategies in Communication.
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	IF0315 <a href="#">Modifica</a>
Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico	28/05/2008
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	16/06/2008
Data di approvazione della struttura didattica	10/01/2008
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	22/01/2008
Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione	16/01/2008
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	10/01/2008 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	30/01/2008
Modalità di svolgimento	convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	STUDI LINGUISTICI E LETTERARI
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	LETTERE e FILOSOFIA
EX altre Facoltà	SCIENZE POLITICHE
Massimo numero di crediti riconoscibili	6 DM 16/3/2007 Art 4 <a href="#">Nota 1063 del 29/04/2011</a>

#### **Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-92 Teorie della comunicazione**

I laureati nei corsi di laurea magistrale della classe devono:

- \* possedere competenze teoriche e metodologiche di alto livello che consentano loro di contribuire all'analisi, alla progettazione e realizzazione di modelli e di prototipi comunicativi ai diversi livelli;
- \* essere in grado di progettare studi e attività di ricerca nell'ambito della comunicazione;
- \* essere in grado di comprendere la struttura e il funzionamento dei diversi mezzi di comunicazione;
- \* avere padronanza dei saperi tecnici del software della comunicazione e delle competenze comunicative conseguenti.
- \* possedere la padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione Europea oltre all'italiano.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono, con funzioni di elevata responsabilità:

- \* nell'analisi, nell'ideazione e nella realizzazione di sistemi comunicativi integrati, con riferimento particolare ai nuovi mezzi di comunicazione;
- \* nella comunicazione e diffusione della conoscenza, essendo in grado di promuovere e gestire l'uso delle nuove tecnologie a vari livelli, sia in enti pubblici sia in aziende private, oltre che in organizzazioni economiche di diverso tipo, come promotori e gestori dell'innovazione informativa e comunicativa.

Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea magistrale:

- \* prevedono, fra i requisiti curriculari di accesso, almeno la conoscenza della lingua inglese e di attività pratiche informatiche;
- \* comprendono attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze sui fondamenti della comunicazione e dell'informazione;
- \* comprendono, garantendo la multidisciplinarietà delle conoscenze teoriche e critiche, approfondimenti finalizzati all'acquisizione di competenze di alto livello;
- \* possono prevedere attività laboratoriali e/o di stage anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, istituti e aziende, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere);
- \* culminano in un'attività di progettazione o di ricerca o di analisi, che dimostri la padronanza degli argomenti, nonché la capacità di operare in modo autonomo nel campo della comunicazione.

#### **Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione**

La progettazione del CdS è stata effettuata nell'ambito di una rigorosa cornice di coordinamento, indirizzo e prevalutazione, condotta a livello complessivo di Ateneo. L'Ateneo ha adottato, con proprie linee guida cogenti, criteri di riferimento più stringenti rispetto a quelli definiti a livello nazionale (si veda <http://www.unipd.it/nucleo/relazioni/index.htm>).

Questa progettazione, basata su un'attenta analisi del progresso, è finalizzata al superamento del più rilevante punto critico del precedente CdS (scarsa attrattività in particolare di uno dei curricula, che è stato ampiamente ridefinito). Il profilo del corso giustifica la decisione della sua istituzione interfacoltà. Il NVA conferma che il CdS da due Facoltà che assicurano la docenza necessaria e dispongono di strutture didattiche sufficienti.

La nuova proposta è adeguatamente motivata e sono chiaramente formulati gli obiettivi formativi che hanno ispirato la progettazione, basata anche su requisiti di qualità del CdS' coerenti con standard europei. La struttura didattica del corso che prevede un ampio utilizzo di attività laboratoriali su postazioni personalizzate rende necessario il ricorso al numero programmato. Il NVA esprime dunque parere favorevole sulla proposta.

#### **La relazione tecnica del nucleo di valutazione fa riferimento alla seguente parte generale**

Il lavoro di riprogettazione e progettazione di tutti i CdS ex DM 270/04 dell'Università di Padova è stato effettuato nell'ambito di una cornice di coordinamento, indirizzo e valutazione effettuata a livello complessivo di Ateneo e finalizzata ad un'analisi critica dell'esperienza dell'offerta formativa realizzata con gli attuali ordinamenti didattici e ad un miglior orientamento e qualificazione dell'offerta complessiva verso standard di eccellenza. Criteri di riferimento non sono stati solo quelli definiti a livello nazionale (linee guida della CRUI del febbraio 2007, quelle del CNVSU (07/07), linee guida del MUR (DM 26/07/07 e DM 544 del 31/10/2007), ma anche quelli più stringenti adottati dall'Ateneo con proprie linee guida e un nuovo regolamento didattico, come deliberato dal SA negli anni 2005, 2006 e 2007.

L'iter che ha condotto alla proposta della nuova offerta formativa è stato svolto sotto lo stretto coordinamento del Collegio dei Presidi, del Rettore alla didattica, e successivamente da una Commissione per la Valutazione dei CdS di Ateneo. Tale Commissione ha svolto la funzione di analisi e valutazione delle proposte di CdS, basata non solo sugli obiettivi formativi e sulle attività formative da inserire nei RAD, ma anche su una bozza di dettaglio dei piani didattici a regime. L'Ateneo infatti ha

subordinato la istituzione dei CdS al soddisfacimento, fin da subito, dei requisiti fissati in termini di docenza di ruolo, anziché preferire un approccio graduale. Per la propria valutazione di ciascun CdS il NVA si è basato sull'intera documentazione fornita dalle Facoltà alla Commissione per la Valutazione dei CdS di Ateneo, nonché sulle osservazioni formulate dalla Commissione stessa e su altre informazioni acquisite direttamente dal NVA presso i Presidi di Facoltà. La valutazione dell'adeguatezza delle strutture si inserisce peraltro nel quadro delle attività svolte annualmente dal NVA.

Va segnalato che nell'Ateneo di Padova sono state attivate le seguenti azioni:

- adozione, per i CdS, di requisiti "qualificanti" più forti rispetto a quelli necessari, come sopra ricordato
  - adozione sistematica di test conoscitivi per la verifica della preparazione iniziale degli studenti (vedi [www.unipd.it/orientamento](http://www.unipd.it/orientamento))
  - adozione di un sistema di Assicurazione di Qualità per i CdS, che ha riguardato anche il tema dell'accreditamento (<http://www.unipd.it/accreditamento/>)
  - consultazione delle parti sociali: sono attivi un Comitato di Ateneo per la "Consultazione delle parti sociali" e un Comitato di consultazione a livello di ogni Facoltà. È previsto che l'attività di tali Comitati si debba ispirare a delle precise linee guida che sono state sviluppate nell'ambito di un progetto FSE Ob. 3 Mis. C1 "Accademia/Imprese", azione 3
  - rapporto funzionale Università-Regione per il diritto allo studio: nel Veneto sono presenti tre Aziende Regionali per il Diritto allo Studio Universitario - ESU, delle quali quella di Padova eroga il maggior numero di servizi (alloggi, ristorazione, sostegno finanziario a iniziative culturali degli studenti, orientamento al mondo del lavoro e sussidio psicologico)
  - sistemi di rilevazione/analisi dei laureati occupati: oltre all'adesione al Consorzio AlmaLaurea, è stato attivato il progetto FORCES 2000-2004 (formation-to-occupation-relationships-cadenced-evaluation-study), basato sulla rilevazione ripetuta a cadenza semestrale della posizione professionale in cui si trovavano un campione di laureati dell'Ateneo fino a tre anni dal conseguimento del titolo. Tale progetto è stato ripreso nell'autunno 2007, per ora per le lauree triennali, con un'iniziativa, denominata Agorà, che intende monitorare gli esiti occupazionali dei laureati per singolo CdS dell'Ateneo ad integrazione della rilevazione AlmaLaurea. Importante è anche l'attività di supporto alla realizzazione di stage e tirocini da parte degli studenti, che si è concretizzata con l'iniziativa di Job Placement, avviata dall'Ateneo a partire dal 2005 con l'obiettivo di giungere a una preselezione ed intermediazione con le imprese per la collocazione di laureati ([www.unipd.it/placement](http://www.unipd.it/placement)). Non va inoltre dimenticata l'esperienza proficua del progetto PHAROS, che ha istituito un osservatorio permanente del mercato del lavoro locale finalizzato ad individuare esigenze di professionalità manageriali in diversi comparti produttivi del Veneto.
  - sistema informativo per la rilevazione degli indicatori di efficienza ed efficacia: vengono monitorate le carriere degli studenti mediante analisi delle singole coorti sulla base di specifici indicatori di efficienza e di efficacia. La presenza di tale sistema informativo ha rappresentato un prezioso elemento di supporto alla progettazione della nuova offerta formativa in quanto ha consentito di evidenziare eventuali punti critici e punti di forza nell'offerta formativa precedente.
- Nel complesso il NVA esprime un giudizio favorevole non solo sull'intera offerta formativa quanto sul processo attivato in Ateneo per l'indirizzo ed il coordinamento della riforma nonché per le varie iniziative poste in atto, sia nella valorizzazione di CdS già esistenti, sia nell'elaborazione di progetti ex novo, per permettere un'efficace attività di monitoraggio e valutazione dell'efficienza e dell'efficacia dei percorsi formativi.

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

La consultazione ha permesso un proficuo confronto tra le aspettative di professionalità espresse dai rappresentanti a livello regionale delle parti sociali e la proposta formativa rinnovata della laurea magistrale in Strategie di Comunicazione. Gli intervenuti hanno concordemente osservato che l'area della comunicazione oggi si evolve e si innova con eccezionale rapidità ed è quindi auspicabile una stretta interazione del corso di laurea con le esigenze del mondo economico, produttivo e dei servizi, per evitare l'obsolescenza dei contenuti appresi. I diversi soggetti hanno dichiarato interesse e collaborazione sia nell'ambito di progetti specifici sia nell'attività di orientamento degli studenti, troppo spesso incerti di fronte alla diverse offerte occupazionali o inconsapevoli di profili lavorativi emergenti.

### **Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento**

Il Comitato Regionale di Coordinamento delle Università del Veneto,

- considerate le funzioni attribuite dalla normativa vigente,
  - esaminate le proposte degli Atenei del Veneto di istituzione di nuovi corsi di laurea e di laurea magistrale ai sensi del DM 270/2004 descritte nella documentazione RAD
  - tenuto conto del parere espresso dai Nuclei di valutazione degli Atenei
  - sentite e accolte le motivazioni addotte per l'istituzione dei corsi
  - valutato che le proposte si inseriscono nell'ambito del piano di sviluppo della formazione universitaria del Veneto,
- unanime esprime parere favorevole in merito all'istituzione, ai sensi del D.M. 270/2004, del Corso di Laurea magistrale in Strategie di comunicazione (classe LM-92) dell'Università degli Studi di Padova.

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

Obiettivi specifici della laurea magistrale in Strategie di comunicazione sono: acquisire conoscenze teoriche e sperimentare esperienze pratiche che permettano ai laureati di analizzare i bisogni comunicativi in ambiti diversi; appropriarsi di competenze metodologiche per la stesura di progetti e l'individuazione di strategie adeguate per rispondere a tali bisogni; saper realizzare prodotti comunicativi come risultato dei processi di analisi e attuazione delle strategie individuate; acquisire la capacità di progettare ed eseguire ricerche interdisciplinari sui temi della comunicazione; padroneggiare, anche dal punto di vista teorico, gli strumenti informatici e multimediali necessari allo sviluppo di progetti comunicativi; acquisire un'articolata competenza di scrittura, anche tecnica; dominare una lingua dell'Unione Europea oltre all'italiano e conoscerne una seconda.

### **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)**

La laurea magistrale interfacoltà in Strategie di comunicazione propone un percorso di studi interdisciplinare che si avvale di competenze e docenti provenienti dalla Facoltà di Lettere e filosofia, dalla Facoltà di Scienze politiche e dal mondo delle professioni. Gli insegnamenti si propongono di affrontare lo studio di concetti teorici avanzati, con particolare attenzione alle fonti più significative e alla comprensione dei diversi lessici di settore, anche in altre lingue. Lo studio teorico è affiancato da una serie di attività finalizzate all'acquisizione dei più recenti sviluppi conoscitivi, all'apprendimento di metodologie di lavoro innovative, al potenziamento di abilità specifiche per l'analisi, la progettazione e la ricerca. Aree disciplinari caratterizzanti sono economia, informatica, linguistica, politica, psicologia, semiotica, sociologia, statistica, tecniche della comunicazione cinematografica, televisiva e pubblicitaria, cui si aggiungono storia, diritto e lingue straniere.

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

La laurea in Strategie di comunicazione propone percorsi formativi diversificati attraverso scelte guidate di insiemi di insegnamenti, legati a progetti di lavoro interdisciplinari. L'apprendimento di concetti teorici avanzati e la sperimentazione sul campo di tecniche specialistiche intendono sviluppare la capacità di riconoscere autonomamente gli aspetti rilevanti di un problema (problem setting), di progettare autonomamente un percorso di lavoro, di comparare criticamente le diverse soluzioni possibili (problem solving) e di giustificare le scelte e i risultati ottenuti, ma anche di promuovere la consapevolezza dei criteri metodologici adottati, l'attitudine al lavoro di ricerca, individuale e di gruppo e la capacità di leadership. L'apprendimento di competenze specialistiche e professionalizzanti è improntato sulle logiche di funzionamento degli strumenti al fine di addestrare gli studenti ad operare sia nello stesso contesto con strumenti diversi sia con lo stesso strumento in contesti diversi e a produrre innovazione sia adattando procedure note a contesti nuovi sia immaginando procedure nuove per contesti noti.

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

Il laureato in Strategie di comunicazione deve saper fornire analisi di dati, processi ed eventi che tengano conto delle implicazioni teoriche e metodologiche del proprio lavoro, deve essere in grado di formulare in modo autonomo giudizi e di trarre conclusioni sostenute da argomentazioni e fonti affidabili. Nel corso del biennio magistrale lo studente dovrà maturare capacità decisionali nell'ambito della selezione delle fonti e degli strumenti di ricerca, anche in vista di eventuali scelte formative di livello

superiore. Il percorso intende sviluppare le capacità valutative necessarie per l'inserimento nel mercato del lavoro e per affrontare con un elevato grado di autonomia problemi decisionali, comunicativi e organizzativi complessi.

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

La capacità di valutare e produrre forme di comunicazione nei diversi contesti è una competenza indispensabile per operare nel mondo della comunicazione e deve essere affrontata dal punto di vista dei vari ambiti disciplinari propri del corso di laurea. Nella progettazione e gestione dei processi comunicativi complessi, il laureato in Strategie di comunicazione deve saper coniugare competenze specifiche, capacità critiche, strumenti di valutazione e doti creative; deve saper comunicare, condividere, elaborare, sintetizzare e argomentare conoscenze e risultati di ricerca in contesti di lavoro sia cooperativi che competitivi; deve saper gestire strutture testuali e lessici in contesti disciplinari diversificati e conoscere le convenzioni della comunicazione scientifica.

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

Il laureato magistrale in Strategie di comunicazione deve raggiungere un livello di apprendimento ed elaborazione critica delle tematiche della disciplina tale da consentirgli di organizzare lavoro, studio e ricerca in modo autonomo. Deve, inoltre, conoscere gli strumenti di aggiornamento scientifico per le discipline della comunicazione ed essere in grado di accedere alla letteratura scientifica prodotta in almeno due lingue straniere europee oltre all'italiano.

### **Conoscenze richieste per l'accesso**

#### **(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)**

Per tutti gli studenti, l'accesso è condizionato al possesso dei requisiti curriculari, definiti nel regolamento didattico del corso di studio. Indipendentemente dai requisiti curriculari, per tutti gli studenti è prevista una verifica della personale preparazione, con modalità definite nel regolamento didattico. Non sono previsti debiti formativi, ovvero obblighi formativi aggiuntivi, al momento dell'accesso.

### **Caratteristiche della prova finale**

#### **(DM 270/04, art 11, comma 3-d)**

La prova finale deve dimostrare capacità di elaborazione autonoma e di progettualità. Richiede un approfondito lavoro di ricerca su un tema, di natura empirica o teorica, coerente con il percorso di studi.

L'indagine deve tradursi in un'indagine scritta o di un prodotto multimediale, accompagnato da una relazione scritta, realizzati sotto la guida di un supervisore / relatore e contenenti elementi di originalità e novità, che possano contribuire all'accrescimento delle conoscenze in una delle discipline ritenute rilevanti per gli studi di comunicazione. Nella tesi sono previste fasi di raccolta e analisi di dati e materiali di diversa natura: dati ottenuti attraverso strumenti di rilevazione-partecipazione-osservazione, informazioni e documenti ottenuti da fonti e archivi, ecc. Potrà configurarsi come:

- a) ricerca su un fenomeno empirico inesplorato o poco trattato in letteratura;
- b) interpretazione originale di un fenomeno trattato in letteratura o proposta di generalizzazione di teorie esistenti;
- c) analisi ragionata della letteratura esistente con rielaborazione critica dei contenuti o proposta di nuove categorie concettuali per l'analisi;
- d) studio di un caso o indagini ad hoc destinate a supportare o confutare sistemi teorici o categorie concettuali esistenti in letteratura.

L'elaborato potrà essere redatto anche in una lingua straniera preventivamente concordata.

### **Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

#### **(Decreti sulle Classi, Art. 3, comma 7)**

Gli obiettivi formativi del Corso di laurea sono stati identificati attraverso la raccolta di informazioni sull'insieme di competenze richieste dal contesto lavorativo e professionale di riferimento da fonti esistenti e attraverso i risultati di indagini ad hoc promosse dal Corso di laurea. A partire dal Repertorio delle 100 professioni della comunicazione e attraverso l'individuazione di funzioni di maggiore responsabilità o di gradi superiori di carriera, si possono diversificare gli sbocchi occupazionali e le attività professionali del Corso di laurea magistrale in Strategie di comunicazione rispetto alla laurea di primo livello. In particolare, la laurea di secondo livello prepara alle attività di progettazione, ricerca e analisi in cui sono necessarie capacità di operare in modo autonomo nella gestione dei processi; ad esempio la professione di «Analista» nei centri di ricerca e negli osservatori che si occupano dell'analisi di prodotti e del monitoraggio di processi comunicativi complessi (sia quelli votati alla ricerca che quelli finalizzati alla fornitura di servizi a soggetti pubblici e privati). I laureati trovano impiego prevalentemente nell'area «Comunicazione e marketing», riferita a tutte le attività di comunicazione pubblica, sociale e d'impresa, sia per le istituzioni pubbliche e gli enti no-profit, sia per le imprese private. Altre due destinazioni molto frequenti sono l'area «Pubblicità» e «Informazione ed editoria». Figure professionali in evidenza sono il «Responsabile comunicazione e marketing», che trova prevalentemente collocamento nel settore privato, e il Responsabile ufficio stampa», figura distribuita equamente tra settore privato e settore pubblico. Le altre occupazioni di rilievo sono: «Comunicatore d'impresa», «Comunicatore sociale», «Comunicatore pubblico», «Responsabile delle relazioni con il pubblico», «Technical writer», «Project manager», «Communication manager» e «Organizzatore di eventi» per l'area «Comunicazione e marketing»; «Account executive», «Account supervisor», «Strategic planner», «Media planner» e «Copywriter» per l'area «Pubblicità»; «Web content manager» e «Web project manager» per l'area «Comunicazione web e ICT». Ulteriori opportunità di impiego si hanno nelle organizzazioni internazionali e nelle organizzazioni non governative, ma anche in aree meno consuete come «Commerciale e vendite» e «Risorse umane». Al fine di verificare costantemente la coerenza tra la domanda di competenze espressa dal mercato del lavoro e l'offerta formativa del corso di laurea e di garantire ai laureati più ampie possibilità di collocamento, il corso di laurea ha attivato un Osservatorio gestito da studenti, laureandi e docenti del corso di laurea attraverso tesi, progetti ed indagini (on-line all'indirizzo [www.comunicazione.lettere.it/osservatorio](http://www.comunicazione.lettere.it/osservatorio)).

### **Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)**

- Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.1)
- Specialisti del controllo nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.2)
- Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Dialoghista e parolieri - (2.5.4.1.2)
- Redattori di testi per la pubblicità - (2.5.4.1.3)
- Redattori di testi tecnici - (2.5.4.1.4)
- Revisori di testi - (2.5.4.4.2)
- Sceneggiatori - (2.5.5.2.4)
- Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 §2.

#### Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione L-FIL-LET/12 Linguistica italiana L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	30	30	-
Discipline socio-economiche, storico-politiche e cognitive	M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/05 Psicologia sociale SECS-S/05 Statistica sociale SPS/04 Scienza politica SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	18	-
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:</b>		-		

<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>	48 - 48
--	---------

#### Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività ( <b>minimo da D.M. 12</b> )		18	18
<b>A11</b>	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	6	6
<b>A12</b>	IUS/01 - Diritto privato L-FIL-LET/12 - Linguistica italiana L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese M-STO/04 - Storia contemporanea SECS-P/02 - Politica economica SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 - Organizzazione aziendale SECS-P/12 - Storia economica SECS-S/05 - Statistica sociale SPS/04 - Scienza politica SPS/07 - Sociologia generale SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro	12	12

<b>Totale Attività Affini</b>	18 - 18
-------------------------------	---------

## Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		27	27
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	12
	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		-	-

<b>Totale Altre Attività</b>	48 - 60
------------------------------	---------

## Riepilogo CFU

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>
<b>Range CFU totali del corso</b>	114 - 126

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

(L-FIL-LET/12 M-STO/04 SECS-S/05 SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 )

Visto l'ampio spettro di professioni cui il corso di laurea prepara gli studenti, sono indispensabili integrazioni in settori scientifico cui afferiscono insegnamenti di diversa specificità.

## Note relative alle altre attività

## Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 05/06/2008