

Università	Università degli Studi di PADOVA
Classe	LM-92 - Teorie della comunicazione
Nome del corso in italiano	Strategie di comunicazione <i>adeguamento di:</i> <i>Strategie di comunicazione (1357128)</i>
Nome del corso in inglese	Strategies in Communication.
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	IF0315^2015^000ZZ^028010
Data del DM di accreditamento	15/06/2015
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	07/07/2015
Data di approvazione della struttura didattica	27/11/2014
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	24/02/2015
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 -
Modalità di svolgimento	convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://didattica.unipd.it/didattica/2015/IF0315/2015
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	STUDI LINGUISTICI E LETTERARI (DISLL)
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	6 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011

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 pregresso, 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.

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

Il corso di laurea magistrale in Strategie di comunicazione si pone l'obiettivo di formare laureati magistrali che abbiano acquisito solide competenze teoriche, metodologiche e pratiche nell'ambito della comunicazione, tali che permettano ai laureati di: analizzare i bisogni comunicativi di imprese operanti nei vari settori di attività (privato, pubblico, non-profit); realizzare progetti e individuare strategie adeguate per rispondere a tali bisogni; sviluppare prodotti comunicativi come risultato dei processi di analisi e attuazione delle strategie individuate; 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; possedere un'articolata competenza di scrittura, anche tecnica; dominare una lingua dell'Unione Europea oltre all'italiano e conoscerne una seconda.

La formazione del laureato magistrale in Strategie di Comunicazione prevede l'acquisizione sia di conoscenze teoriche sia di competenze pratiche, e sia nei settori delle scienze umane ed economico-sociali e delle discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche. Il curriculum è unico, ma sono previsti approfondimenti a scelta dello studente in ciascuno degli ambiti. Gli insegnamenti di progettazione di siti web, linguaggio radiotelevisivo, iconologia del cinema, metodi linguistici di analisi dei testi, sociolinguistica, promozione d'immagine, psicologia della comunicazione, scienza dell'opinione pubblica, international communication, metodi statistici di analisi dei testi, globalizzazione e pluralismo culturale, cultural studies, lingua inglese (laboratorio) forniscono allo studente un base comune per l'analisi dei processi comunicativi e gli strumenti per la progettazione di prodotti della comunicazione. A queste conoscenze professionalizzanti se ne aggiungono altre, da conseguirsi con insegnamenti di materie affini e integrative, a scelta dello studente: lingua francese/tedesca/spagnola, economia e politica dell'innovazione, marketing avanzato, public speaking, linguaggio delle relazioni pubbliche, comunicazione sociale e organizzativa, etnografia delle organizzazioni, produzione e consumo delle risorse umane e ambientali, storia dell'impresa, comunicazione politica.

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

Il corso prepara a svolgere con creatività e flessibilità tutta una serie di professioni legate alla comunicazione, seguendo la rapida evoluzione della società dell'informazione

funzione in un contesto di lavoro:

La laurea magistrale in Strategie di Comunicazione 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).

competenze associate alla funzione:

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».

sbocchi occupazionali:

Responsabile comunicazione e marketing
Responsabile ufficio stampa
Comunicatore d'impresa
Comunicatore sociale
Comunicatore pubblico
Responsabile delle relazioni con il pubblico
Technical writer
Project manager
Communication manager
Organizzatore di eventi per l'area Comunicazione e marketing
Account executive
Account supervisor
Strategic planner
Media planner
Copywriter per l'area Pubblicità
Web content manager
Web project manager
Responsabile Risorse umane

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 relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Dialoghisti 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)

Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione
Conoscenza e comprensione
Gli studenti svilupperanno la conoscenza e la comprensione di concetti teorici avanzati, con particolare attenzione alle fonti più significative e alla comprensione dei diversi lessici del settore della comunicazione, anche in altre lingue. Svilupperanno inoltre la conoscenza e la comprensione delle tecniche avanzate tipiche del mondo dell'informazione e della comunicazione, nelle fasi che vanno dalla progettazione sino alla post-produzione.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Nell'applicazione delle proprie conoscenze al mondo del lavoro, i laureati dovranno dimostrare la capacità critica acquisita attraverso lo studio delle teorie e tecniche dell'informazione e della comunicazione e la capacità di progettare prodotti e strategie di comunicazione utili alla gestione dei flussi informativi all'interno di organizzazioni ed istituzioni pubbliche e private
Discipline socioeconomiche, storico-politiche e cognitive
Conoscenza e comprensione
Il laureato svilupperà le conoscenze necessarie per l'analisi approfondita delle dinamiche socioeconomiche, storico-politiche e cognitive che soggiacciono alle problematiche giuridiche ed economico inerenti il settore della comunicazione degli enti pubblici e privati.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Tramite l'apprendimento di concetti teorici avanzati, il laureato svilupperà la capacità di riconoscere autonomamente gli aspetti rilevanti di un problema, di comparare criticamente le diverse soluzioni possibili e di giustificare le scelte e i risultati ottenuti.

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/07 Sociologia generale 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	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti

48 - 48

Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		21	21
A11	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	9	9
A12	IUS/01 - Diritto privato L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione L-FIL-LET/11 - Letteratura italiana contemporanea 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/02 - Storia delle dottrine politiche 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

Totale Attività Affini	21 - 21
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	12	12	
Per la prova finale	24	24	
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	-	-	

Totale Altre Attività	45 - 57
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	114 - 126

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

(L-ART/06 L-FIL-LET/12 M-STO/04 SECS-S/05 SPS/02 SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09)

Il SSD SPS/07, già compreso negli insegnamenti affini e integrativi, con una valenza di approfondimento e specializzazione in un settore caratterizzato da un ampio spettro di articolazioni tematiche e metodologiche, è stato inserito anche tra gli insegnamenti di base, in quanto si è progressivamente ampliato l'afflusso nella laurea magistrale in Strategie di comunicazione di studenti provenienti da percorsi triennali che non prevedevano un adeguato sviluppo delle competenze sociologiche. Si rende, quindi, necessaria la possibilità di offrire agli studenti del corso anche un insegnamento di base del settore SPS/07.

Il SSD L-ART/06, già presente tra gli insegnamenti di base, è stato inserito anche tra gli insegnamenti affini e integrativi, in seguito all'evidenza, suffragata dai contatti con le parti interessate all'impiego dei laureati in Strategie di comunicazione, che il peso della componente multimediale, oggetto del SSD, è di sempre maggiore rilevanza per la comunicazione odierna. Risulta quindi opportuno avere la possibilità di attivare, accanto a insegnamenti di base, insegnamenti di carattere più specifico del settore, capaci di rispondere alle diverse necessità, in costante evoluzione, del settore di impiego dei laureati.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 23/04/2015