



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione, media e pubblicità ( <i>IdSua:1616243</i> )
<b>Nome del corso in inglese</b>	Communication, media and advertising
<b>Classe</b>	L-20 R - Scienze della comunicazione
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita">https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi">https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	GEMMO Vanessa
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Facoltà
<b>Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi</b>	Facoltà di COMUNICAZIONE

### Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	ARCAGNI	Simone		PA	1	
2.	BAGNASCO	Anna Maria		RU	1	

3.	BERNI	Sandro Ivan	ID	1
4.	BITTANTI	Matteo	PA	1
5.	CARDINI	Daniela	PO	1
6.	CHIURATO	Andrea	PA	1
7.	CORNARA	Guido	ID	1
8.	FORMIGONI	Guido	PO	1
9.	FUOCO	Ester	RD	1
10.	GARAVAGLIA	Valentina	PO	1
11.	GRIZZAFFI	Mariachiara	RD	1
12.	LEHMANN	Hagen	PA	1
13.	LOCATI	Stefano	RD	1
14.	LOMBARDI VALLAURI	Stefano	PA	1
15.	MICONI	Andrea	PO	1
16.	PRETI	Davide	ID	1
17.	SCURATI	Antonio	PA	1
18.	VARON	Gaia Valeria	ID	1

---

**Rappresentanti Studenti**

COLOMBO LORENZO CARLO MARIA  
 rappresentanza.studentesca@iulm.it  
 GALLAZZI GIACOMO rappresentanza.studentesca@iulm.it  
 CRESPIAN RICCARDO rappresentanza.studentesca@iulm.it

---

**Gruppo di gestione AQ**

VANESSA GEMMO  
 ELENA GIPPONI  
 STEFANO LOCATI

---

**Tutor**

GUIDO FORMIGONI  
 PAOLO GIOVANNETTI  
 STEFANO LOMBARDI VALLAURI  
 ANDREA MICONI  
 Daniela CARDINI  
 Andrea CHIURATO  
 Vanessa GEMMO  
 Stefano LOCATI  
 Antonio SCURATI  
 Anna Maria BAGNASCO  
 Elena GIPPONI  
 Hagen LEHMANN  
 Simone ARCAGNI  
 Elisabetta RISI

---



Il corso di laurea triennale in Comunicazione, Media e Pubblicità è un corso di primo livello della Facoltà di Comunicazione in IULM e ha la finalità di sviluppare conoscenze teoriche e competenze tecnico-pratiche nell'ambito della comunicazione, della pubblicità e dei media.

Il CdL propone un progetto formativo solido e allo stesso tempo flessibile, capace di aderire alla complessità e alla dinamicità dello scenario mediale contemporaneo, nonché alle esigenze in continua evoluzione del mondo professionale della comunicazione e della pubblicità.

In uno scenario complesso e articolato come quello attuale dove diversi media, da quelli più tradizionali a quelli più contemporanei (come quelli digitali), convivono e si sovrappongono, i professionisti che si occupano di comunicazione e di pubblicità necessitano sempre più di una solida preparazione che consenta loro di conoscere e saper utilizzare forme espressive, tecniche e linguaggi specifici per ogni ambito mediale.

Il percorso formativo del Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità si pone l'obiettivo di affiancare alla dimensione teorica del 'sapere' la dimensione pratica del 'saper fare': un'approfondita preparazione teorica nelle aree disciplinari di riferimento è completata e integrata da attività laboratoriali, che consentono allo studente di sperimentare concretamente ciò che apprende sul piano teorico-critico.

Il piano degli studi si articola in tre anni in cui, tra le attività formative vincolate, ci sono insegnamenti che consentono di sviluppare conoscenze approfondite dei mezzi e dei linguaggi tipici dei diversi media. Tra le attività formative vincolate ci sono, inoltre, insegnamenti finalizzati all'analisi del contesto, utili a comprendere e interpretare il contesto sociale ed economico (passato e presente), l'evoluzione e l'innovazione tecnologica, i mercati, i consumatori e i loro comportamenti, e le esigenze del mondo professionale.

Il piano formativo, sempre attento alla costante evoluzione del mercato e delle professioni attraverso un dialogo costante con le parti interessate, è inoltre arricchito da una diversificata offerta di laboratori che consente agli studenti e alle studentesse di mettere in pratica, le conoscenze teoriche acquisite.

Gli iscritti al Corso di Studi sono così guidati a conoscere e approfondire le specificità dei media tradizionali e digitali, analizzandone i contenuti e i processi creativi, in una sinergia fra teoria e prassi mirata ad avviare alle principali professioni della comunicazione, fornire gli strumenti per comprendere il contesto culturale e sociale in cui operano i media e la pubblicità, elaborare e condividere strategie creative e produttive, costruire reti di conoscenza, far circolare progetti e idee. Lo studio del cinema, del teatro, della musica, della letteratura, della televisione, della radio, dei media digitali e della pubblicità, insieme alle forme e ai linguaggi della comunicazione contemporanea, viene inserito nelle coordinate socio-economiche della contemporaneità. La conoscenza delle tecniche e delle specificità dei linguaggi mediali e delle dinamiche creative e produttive che li accompagnano consentono al laureato di sviluppare una sicura capacità di analisi dei contesti comunicativi globali contemporanei.

Il corpo docente è composto da accademici e da affermati professionisti nei campi di competenza presidiati dal CdS. Attento alle esigenze in costante evoluzione di un mercato del lavoro ricco di sfide e opportunità, il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità si configura pertanto come un percorso formativo dinamico e flessibile, fondato su una tradizione ormai più che collaudata ma, al tempo stesso, aperto e disponibile ad esplorare sempre nuove strade, nella convinzione che la comunicazione (nelle molteplici forme nelle quali si declina) rappresenti una delle più rilevanti e stimolanti chiavi di accesso alla complessità del mondo contemporaneo globalizzato.

Link: <https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita> ( Pagina web del Corso di laurea )



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

15/02/2022

Il Corso di Studi in Comunicazione, media e pubblicità è parte integrante e costitutiva dell'identità dell'Università IULM e rappresenta uno dei pilastri su cui si è sviluppata nel corso degli anni l'offerta formativa dell'Ateneo.

Nell'a.a. 1998/99 venne istituito il Corso di laurea (ante riforma) in Scienze della comunicazione; dall'a.a. 2001/2002 venne attivato il Corso di laurea triennale in Scienze e tecnologie della comunicazione; nell'a.a. 2008/2009 la denominazione venne modificata nell'attuale "Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità".

Fin dalla sua nascita, il progetto formativo del CdS è strettamente legato all'osservazione costante dell'evoluzione del mondo delle imprese mediali e delle industrie creative. La consultazione regolare con i rappresentanti delle organizzazioni professionali facenti capo ai comparti produttivi legati ai media e alla pubblicità costituisce un carattere sostanziale per il CdS, la cui tradizionale vocazione è mettere in contatto gli studenti con il mondo delle professioni per formare figure sempre aggiornate e flessibili, in grado di adeguarsi alla rapida evoluzione dei mercati delle industrie creative e dei media. Attraverso uno scambio continuo con il mondo aziendale, mediante incontri sia a livello di CdS che di Ateneo, workshop, giornate di studio, testimonianze di professionisti nei singoli corsi, attivazione di partnership e relazioni con le Aziende (stage, job day, job seminar), l'offerta formativa del Corso di Laurea viene costantemente arricchita, con l'obiettivo di costruire un percorso formativo al tempo stesso rigoroso e flessibile, in grado di facilitare l'ingresso dei laureati nel mondo del lavoro.

Allo scopo adeguare il progetto formativo alle più recenti e complesse esigenze del mondo del lavoro, nei giorni 23 e 24 giugno 2021 si sono tenuti due incontri con alcuni rappresentanti del mondo delle professioni. Alla presenza del Preside della Facoltà di Comunicazione, della Coordinatrice del CdS e del rappresentante del Gruppo AQ, si sono riuniti in modalità telematica (a causa dell'emergenza pandemica) diversi esponenti di spicco delle associazioni di categoria e di aziende del comparto della comunicazione mediale e delle industrie creative, tra cui Assolombarda (Gruppo comunicazione), Mediaset (Divisione palinsesti), Publitalia (concessionaria pubblicità Mediaset), Promoest (agenzia internazionale organizzazione di eventi), Twinstudio (agenzia creativa per il lusso), PDR Web (agenzia di marketing digitale), ADSGlen (agenzia di comunicazione integrata).

In maniera trasversale ai diversi ambiti professionali di competenza, gli stakeholders hanno formulato indicazioni omogenee sulla necessità di ampliare la componente laboratoriale e operativa degli insegnamenti, ad esempio nella direzione di un incremento dei contenuti digital e social e di un aggiornamento costante delle tecniche della creatività pubblicitaria nelle sue diverse declinazioni mediali. In particolare, è emersa la necessità di incrementare le abilità di lavoro in team, di sviluppare project work trasversali fra le diverse discipline e di consolidare l'offerta di insegnamenti orientati all'internazionalità.

La richiesta unanime di incrementare la flessibilità dei saperi e delle pratiche, la capacità di adattamento ad un mondo del lavoro in costante evoluzione, la condivisione di conoscenze e competenze, la sollecitazione dello spirito critico unito a solide basi teoriche, ha indotto la Coordinatrice del CdS e il Preside di Facoltà, previa discussione in Consiglio di Facoltà, a proporre al Senato Accademico un aggiornamento dell'ordinamento e del piano di studi del CdS.

A supporto ulteriore di tale necessità, si aggiunge anche la testimonianza costante della nutrita rappresentanza di professionisti invitati dai docenti dei singoli corsi a tenere lezioni e a fornire testimonianze dirette del loro operato. La scelta di coinvolgere con costanza la componente professionale nelle lezioni, da sempre prerogativa del CdS, si conferma strumento utile per stringere o mantenere legami continuativi e relazioni proficue con il mondo del lavoro e per individuare le soluzioni migliori per adattare a quest'ultimo l'offerta formativa.

Infine, la ridefinizione e l'aggiornamento dell'offerta formativa si avvalgono anche del contributo degli studi di settore (ad es. Il Libro Bianco delle professioni pubblicato annualmente da ALMED-Università Cattolica), che vengono consultati periodicamente per seguire e monitorare l'evoluzione del comparto professionale di riferimento in cui si inserisce il progetto formativo del CdS in Comunicazione, media e pubblicità.

15/05/2025 

La consultazione regolare con i rappresentanti a livello locale del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni della comunicazione, dei media e della pubblicità assume un carattere sostanziale per l'Università IULM, che da sempre intrattiene intense relazioni con il tessuto socio-economico locale, nazionale ed internazionale. Ne sono testimonianza concreta le attività svolte da vari uffici e in particolare dall'Ufficio Career Service e Rapporti con le imprese, che intrattiene relazioni costanti di scambio con il mondo del lavoro, con l'obiettivo di accogliere suggerimenti volti ad aggiornare regolarmente i percorsi formativi e facilitare l'ingresso degli studenti nel mondo del lavoro.

All'interno del costante processo di monitoraggio dell'offerta formativa del CdS in Comunicazione, media e pubblicità, è prassi ormai consolidata coinvolgere con regolarità i rappresentanti delle principali professioni e imprese legate agli ambiti di competenza del CdS, invitandoli a testimoniare la loro esperienza con l'obiettivo di alimentare e consolidare la relazione virtuosa fra il CdS e il mondo delle professioni.

Si segnalano, in particolare, due modalità di consultazione col mondo del lavoro: il "job seminar" e il "job day".

- Il "job seminar" consiste nel coinvolgimento diretto di professionisti nell'ambito di lezioni universitarie, a supporto e integrazione delle tematiche trattate dai docenti nello svolgimento del programma didattico. Le testimonianze, concordate con i singoli docenti, riguardano abitualmente casi concreti e/o aspetti specifici relativi alle professionalità coinvolte nei diversi settori aziendali. Questo solido modello di collaborazione rappresenta un ponte tra la formazione universitaria e la realtà professionale, offrendo allo studente la possibilità di integrare i concetti teorici con l'esperienza diretta e lo scambio interpersonale, e rappresenta il modo più efficace per conoscere da vicino il contesto organizzativo di imprese di rilevante interesse nazionale ed internazionale.

- I "job days" sono presentazioni di realtà aziendali che prevedono la possibilità di reclutare e selezionare i profili richiesti direttamente in Ateneo. Le presentazioni hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare la struttura organizzativa e illustrare agli studenti le eventuali opportunità di inserimento professionale. L'azienda entra così in contatto diretto con gli studenti e i laureati e può individuare in tempo reale le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting. Durante lo svolgimento di queste giornate, hanno luogo processi di recruiting completi (colloqui, assessment, test psicoattitudinali ecc.), in base alle esigenze delle singole aziende. Inutile sottolineare la rilevanza di tale opportunità per gli studenti.

A queste iniziative consolidate ormai da tempo, si aggiunge di anno in anno un nutrito calendario di interventi diretti di professionisti e aziende nei corsi erogati dal CdS.

Nell'a.a. 2024-25 si sono svolti numerosi incontri con professionisti di vari ambiti pertinenti al percorso formativo del CdS, a testimonianza della stretta relazione di fiducia e di scambio costante con il mondo delle imprese e delle professioni, tra cui si segnalano:

Angelo Lo Torto (Go Practical, seminario di concept-art e illustrazione cinematografica); Chiara Mariani (Go Practical, seminario di character design e trucco estetico); Francesco Della Beffa (data scientist per Flag srl, elaborazione statistica dei dati: seminario sugli indici di posizione); Jacopo Capellani (Animal Spot Milano, truccare gli animali addestrati); Marica Gigante (seminario sul visual merchandising nella comunicazione della moda); Ilaria Floreano (Bietti

Edizioni, seminario su Shakespeare e il cinema); Roberta Briguglia (Endemol Shine Italy, seminario su come si struttura un format); Maria Schembri (copywriter Junior per Saatchi); Michele Mennessier (copywriter freelance); Gaia Sidoni (content creator per il cinema, strategie di comunicazione per il cinema sui social network); Alice Brasili (Vice President e Brand Engagement and Social Media strategist per Tori Burch, seminario su Brand podcast, press and social media); Stefano Di Mario (ufficio stampa MNComm, seminario sulla comunicazione della musica tra disco e festival).

\*\*\*\*

Anche l'attività convegnistica e le iniziative trasversali alle Facoltà e ai CdS si sono susseguite nel corso dell'anno. L'Università IULM organizza infatti una serie di eventi su tematiche trasversali alle aree formative in cui si declina l'offerta di Ateneo. Di seguito si indicano quelli con maggiore attinenza con le competenze e le specificità formative del CdS in Comunicazione, media e pubblicità. Si tratta sia di mostre o eventi aperti al pubblico, sia di lezioni, masterclass e incontri tenuti da professionisti e personalità del mondo imprenditoriale e della produzione culturale:

- Le strategie della parola: un ciclo di incontri sul potere delle parole (13 febbraio, ore 20 - Auditorium: Alessandro D'Avenia, Resisti Cuore; 14 marzo, ore 18 - Sala dei 146: Daniele Mencarelli, Le parole della passione e del romanzo; 16 aprile, ore 17 - Auditorium: Franco Arminio, Le parole della poesia; 12 maggio, ore 18 - Sala dei 146: Roberta Scorrane, Le parole del racconto giornalistico).
- La smart communication strategy di DesignFever, agenzia di comunicazione. Incontro con i fondatori (13 dicembre 2024);
- L'Università IULM partecipa per il secondo anno consecutivo a Book Pride 2025, la fiera nazionale dell'editoria indipendente, con un proprio stand e due eventi dedicati al mondo del libro e dell'editoria (21-23 marzo 2025);
- Strategia e marketing secondo Seth Godin, incontro con Seth Godin (in collegamento da remoto) (3 febbraio 2025)

Incontri con professionisti e iniziative inerenti il mondo del lavoro rivolte a tutta la comunità studentesca IULM:

- Career Fair "IULM for Job | Meet your Talent" (20 novembre 2024)
- Strategia e comunicazione nelle family firm (19 maggio 2025)
- Incontro con Roberta La Selva, CEO di Ogilvy Italia (15 maggio 2025)
- Il costumista dei sogni tra collezionismo di moda e cinema. Incontro con Massimo Cantini Parrini (24 febbraio 2025)
- Workshop I mestieri della comunicazione/1: Navigating the Professional Future: The Evolving Role of the Social Media Manager (in lingua inglese), 27 novembre 2024. Tavola rotonda con professionisti del campo: Luca Agnellini, Group Social Media Manager, Generali; Anna De Maddalena, Social Media Manager, E.ON; Lorenzo Petracco, Head of creative transformation EMEA - Chief Innovation Officer Italy, Burson; Virginia Romoli Venturi, Senior Brand & Communications Manager, Vodafone; Eliana Salvi, Founder & CEO, COSMIC
- Workshop I mestieri della comunicazione/2: Comunicazione ed eventi aziendali: la professione dell'event manager, 27 novembre 2024. Tavola rotonda con professionisti del campo: Elisabetta Bottani, Brand&Content Marketing Campaign Associate Director, Amazon (Audible IT); Andrea Corti, Regista di Eventi e Show Caller; Massimiliano Ferramondo, Senior Account Executive e Creative Producer, Paride Vitale; Filippo Marchiorello, Direttore creativo Rossoevolution e docente di Gestione degli eventi aziendali e delle sponsorizzazioni, Università IULM
- Workshop I mestieri della comunicazione/3: Brand Journalist, Corporate Storyteller, Media Relations Manager: quali profili? Intervengono: Giampaolo Colletti, giornalista de Il Sole 24 ORE; Daniela Poggio, Vice Presidente, FERPI; Fernando Vacarini, Responsabile Media Relations, Corporate Reputation & Digital PR e Direttore del magazine Changes, Gruppo Unipol; Ilario Vallifuoco, Founder di Social Reporter e organizzatore del Brand Journalism Festival (30 aprile 2025)
- Come il linguaggio televisivo influenza la politica? Incontro con Mauro Crippa, Direttore Generale Informazione e Comunicazione di Mediaset (19 febbraio 2025)
- La velocità del cambiamento: economia, società e cultura. Evento dedicato al ruolo della comunicazione nei grandi cambiamenti storici. Tra gli ospiti: Stefano Lucchini, Presidente Advisory Board ICCH; Ferruccio De Bortoli, Editorialista Corriere della Sera; Alessandro Sallusti, Direttore Il Giornale; Padre Philip Larrey, Professor of the Practice Department of Philosophy Boston College; Maria Rosaria Taddeo, Full Professor of Digital Ethics and Defence Technologies Oxford Internet Institute, University of Oxford - Dstl Ethics Fellow | Alan Turing Institute, London (9 dicembre 2024, Fondazione Eni Enrico Mattei).
- Comunicazione e advocacy per un'azienda globale, lezione aperta tenuta da Simone Bemporad, Chief Communications and Public Affairs Officer di Assicurazioni Generali (16 aprile 2025);
- My four decades writing about the political economy of globalization, lezione aperta tenuta da Bill Emmott, scrittore, consulente ed ex direttore del settimanale The Economist (1993-2006) (5 maggio 2025)

#### Convegni:

- Convegno Internazionale Immaginari della Tecnoscienza. Narrazioni, potere, società, organizzato dal Centro Insubre di Studi Politici (CISP) dell'Università degli Studi dell'Insubria e dai Dipartimenti di Studi Umanistici e di Comunicazione Arti e Media dell'Università IULM, in collaborazione con il Centre de Recherches Internationales sur l'Imaginaire (Cri2i), 15-16 ottobre 2024;
- Convegno Il cattolicesimo politico nell'Italia del Novecento, organizzato da Università degli Studi di Milano e IULM, 28-29 novembre 2024;
- Antropologia degli schermi. Mostrare e nascondere, esporre e proteggere (11 dicembre 2024);
- Giornata di studi "Carissimo Bernardino, ...". Bernardino Zapponi, un talento multimediale tra cinema, letteratura, giornalismo e televisione (12 dicembre 2024);
- Giornata di studi Lo spazio attraverso i media. Prospettive narratologiche (25 febbraio 2025)

#### Festival:

- terza edizione di Sognielettrici: il festival dell'immaginario fantastico e di fantascienza (7-12 ottobre 2024);
- 34<sup>a</sup> edizione del Noir in Festival (2-7 dicembre 2024);

La Referente del CdS, insieme ai componenti del gruppo AQ, in collaborazione con il Corpo Docente del CdS, intraprende un'attività costante di sollecitazione, sistematizzazione e monitoraggio degli incontri con i professionisti del mondo della comunicazione, dei media e della pubblicità.

Tutti gli incontri sono concepiti sia come occasioni di confronto istituzionale tra professionisti, docenti e Gruppo AQ del CdS, sia come opportunità di implementazione della didattica, offrendo agli studenti una preziosa possibilità di contatto e scambio reale con il mondo delle professioni e dell'impresa.

Nel corso dell'anno accademico, i numerosi professionisti che hanno preso parte alle lezioni, ai job seminar, ai job day e agli incontri con gli stakeholder hanno manifestato uno spiccato interesse nei confronti del CdS e del suo percorso formativo, sottolineando l'importanza della comunicazione in tutte le sue forme, sia sul versante culturale che su quello pubblicitario, audiovisivo, artistico, delle industrie creative e dei media digitali e tradizionali.

Link: <http://>



QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

### PROFESSIONISTI NELL'ORGANIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE RADIOTELEVISIVA, CINEMATOGRAFICA, TEATRALE

#### **funzione in un contesto di lavoro:**

Collaborazione all'ideazione, alla progettazione e alla realizzazione operativa di contenuti narrativi destinati ai media tradizionali e digitali (radio, teatro, televisione, cinema, piattaforme).

#### **competenze associate alla funzione:**

Conoscenza approfondita dei linguaggi e delle dinamiche produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità creative. Flessibilità, proattività. Capacità di lavoro in team

#### **sbocchi occupazionali:**

I ruoli possibili sono, ad esempio: assistente di redazione e di produzione radiofonica, televisiva, cinematografica;

segretario di produzione; segretario di redazione

## PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI CULTURALI E SPETTACOLI DAL VIVO

### **funzione in un contesto di lavoro:**

Collaborazione alla progettazione e all'organizzazione di eventi dal vivo legati al mondo dei media, della cultura e dello spettacolo (concerti, spettacoli teatrali, presentazione di prodotti mediali, manifestazioni pubbliche legate all'ambito dei media)

### **competenze associate alla funzione:**

Capacità organizzativa; flessibilità; produttività; problem solving; conoscenza approfondita delle dinamiche e logiche creative e produttive dei media tradizionali e digitali. Capacità di lavoro in team.

### **sbocchi occupazionali:**

Collaboratore all'organizzazione di eventi culturali e di spettacoli dal vivo per il teatro, il cinema, la televisione, la radio, la musica dal vivo; ufficio stampa per la televisione, il cinema, la radio, il teatro, la musica, le piattaforme e le istituzioni pubbliche; meeting planner.

## PROFESSIONISTI NELLA GESTIONE E CREAZIONE DI CONTENUTI PER I MEDIA DIGITALI, LA PUBBLICITÀ E LE INDUSTRIE CREATIVE

### **funzione in un contesto di lavoro:**

Ideazione e redazione di testi informativi e pubblicitari per beni e/o servizi da diffondere a mezzo stampa, radio, televisione, social media, web e altri mezzi di comunicazione tradizionale e digitale.<sup>3</sup>

### **competenze associate alla funzione:**

Competenze di tipo ideativo/creativo, orientate allo sviluppo di contenuti informativi e tecnici specifici per i media tradizionali (cinema, televisione, radio, stampa), i social media e i media digitali. Capacità di lavorare in team; conoscenza approfondita della creatività e del linguaggio pubblicitario tradizionale e digitale; competenza sulle dinamiche produttive e sulle strategie comunicative delle industrie creative e mediali.

### **sbocchi occupazionali:**

I ruoli possibili sono, ad esempio: ideatore e redattore di testi pubblicitari per i media digitali; social and digital manager per le industrie creative e i media tradizionali e digitali; junior account; junior producer pubblicitario; tecnico pubblicitario.



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)



09/02/2022

Per accedere al Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità sono richieste le competenze acquisite con il diploma di scuola secondaria superiore. Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, sono richieste un'adeguata capacità espressiva, sia scritta che verbale, ed una discreta conoscenza della lingua inglese e degli strumenti informatici di base.

Tali conoscenze saranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi.



16/05/2025

Il test di ammissione è aperto alle candidate e ai candidati in possesso di un diploma di Scuola Secondaria Superiore e alle studentesse e agli studenti frequentanti il quarto e quinto anno di Scuola Secondaria Superiore. Vengono valutati il livello di cultura generale, la capacità espressiva scritta e orale e il livello di conoscenza della lingua inglese.

L'accesso è selettivo e basato su una graduatoria elaborata sulla base del merito scolastico e dell'esito del test. In particolare, la posizione nella graduatoria è determinata (solo per coloro già in possesso di diploma o frequentanti la quinta superiore):

- per il 50% dall'esito del test;
- per il 50% dal curriculum scolastico (il 25% dalla media dei voti di terza e il 25% da quella di quarta superiore).

Link: [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205-50d1361dfd62/Modalita%CC%80+ammissione+ai+corsi+di+laurea+2024\\_25\\_SA+24+novembre++2023.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/fa7b94d6-dc99-4a99-b205-50d1361dfd62/Modalita%CC%80+ammissione+ai+corsi+di+laurea+2024_25_SA+24+novembre++2023.pdf?MOD=AJPERES) ( Modalità di ammissione a.a. 2025/2026 )



14/02/2022

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si pone l'obiettivo di formare giovani laureati con un'approfondita preparazione nel campo della comunicazione mediale, sia tradizionale che digitale, con particolare attenzione allo sviluppo di competenze creative e produttive.

Il progetto formativo, solido e allo stesso tempo flessibile, aderisce alla complessità e al dinamismo del mercato contemporaneo dei media e dello spettacolo.

Gli studenti vengono sollecitati a sviluppare e nutrire le proprie capacità creative attraverso lo studio approfondito dei linguaggi dei media tradizionali e digitali (televisione, cinema, stampa, pubblicità, radio, teatro, piattaforme, digital e social

media), e ad una ricca e diversificata pratica laboratoriale, attenta alla costante evoluzione del mercato e delle professioni. Quest'ultima è prevista non solo nella proposta di insegnamenti opzionali, ma anche nell'offerta di corsi vincolati, e coinvolge nella docenza noti professionisti della comunicazione mediale e pubblicitaria.

“Sapere” e “saper fare” costituiscono i due poli attorno ai quali si articola un percorso didattico volto a formare e consolidare lo spirito critico, l'apertura mentale e l'intelligenza creativa, che permetterà al laureato di sviluppare un bagaglio di competenze capaci di consentirgli sia l'inserimento attivo in contesti professionali, sia la prosecuzione degli studi in percorsi di laurea magistrale.

Descrizione del percorso formativo:

Nel corso dei tre anni, vengono fornite allo studente le conoscenze di base dei linguaggi del cinema, del teatro, della radio, della pubblicità e della comunicazione digitale, insieme ad una solida conoscenza delle metodologie di analisi del linguaggio mediale di derivazione narratologica e semiotica, ed alla prospettiva sociologica dello studio dei media. Viene approfondito lo studio del cinema da una prospettiva storica, estetica e di marketing, e viene affrontato lo studio del linguaggio televisivo, sia nella dimensione storica, sia in quella analitica di pubblico e generi. La preparazione teorica viene consolidata attraverso lo studio della storia contemporanea e della comunicazione politica.

Lo studio approfondito del linguaggio giornalistico va a completare le competenze degli studenti sullo scenario dei media tradizionali e digitali, mettendoli alla prova anche dal punto di vista laboratoriale; le conoscenze di base vengono irrobustite dallo studio dell'economia dei media e dall'acquisizione di competenze pratiche di metodologia della ricerca sociale. Lo studio delle letterature comparate permette loro di affinare e approfondire l'acquisizione di una solida metodologia analitica dei testi mediali.

Lo studente aggiunge al proprio piano di studi degli insegnamenti opzionali, scelti tra l'ampia proposta di laboratori professionalizzanti, corsi teorici capaci di stimolare lo spirito critico e creativo, insegnamenti volti ad approfondire le pratiche e le competenze richieste da alcune delle principali professioni emergenti nel campo dei media e della comunicazione. Negli insegnamenti laboratoriali, allo studente è richiesto di sviluppare la propria capacità di lavoro in team mediante la realizzazione di progetti di gruppo e project work.

Nel corso delle tre annualità, lo studente acquisisce una crescente padronanza della lingua inglese, il cui insegnamento viene erogato in ciascuno dei tre anni. Il livello di preparazione finale è comparabile al B2 del CEFR. A partire dal secondo anno, lo studente inserirà nel proprio piano di studi lo studio di una ulteriore lingua straniera, a scelta tra francese, tedesco, russo, cinese, spagnolo.

Per rispondere alle esigenze di un mercato del lavoro in costante evoluzione e in linea con la necessità di una formazione accademica di ampio respiro, una quota degli insegnamenti opzionali è erogata in lingua inglese.

	<b>Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi</b>
--	--

<b>Conoscenza e capacità di comprensione</b>	Il corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità fornisce ai suoi laureati le competenze necessarie per comprendere, analizzare e interpretare i linguaggi dei media contemporanei, tradizionali e digitali, delle industrie creative e dello spettacolo dal vivo. Le competenze teoriche di base permettono di individuare il contesto storico, economico, politico, istituzionale, culturale e sociale entro il quale si inserisce ed opera la comunicazione mediale in tutte le sue forme espressive. Lo studio dei linguaggi specifici del teatro, della stampa, del cinema, della radio, della televisione, della pubblicità, della musica, delle forme digitali	
--	--	--

della comunicazione mediale (social and digital media), si unisce alla conoscenza approfondita delle pratiche di analisi dei contenuti mediali dal punto di vista della psicologia sociale, della metodologia della ricerca sociale, e dell'analisi del testo, avvalendosi degli strumenti analitici e critici delle discipline semiotiche, letterarie e narratologiche applicate allo studio dei testi mediali.

Lo studente acquisisce gli strumenti teorici, critici e analitici necessari per sviluppare una lettura approfondita del sistema dei media - tradizionali e digitali - inserito nella società contemporanea, e sviluppa le capacità analitiche, critiche e creative che lo mettono in grado di operare attivamente sia nell'interpretazione, sia nella creazione originale di contenuti comunicativi efficaci, permettendogli di agire professionalmente nell'ambito delle industrie creative, sia sotto l'aspetto strategico di supporto alle aziende mediali, sia sotto l'aspetto creativo di ideazione di contenuti per la pubblicità e per i media tradizionali e digitali.

Le competenze linguistiche acquisite durante il corso, sia in lingua inglese durante il triennio, sia in una annualità di una lingua straniera a scelta, permettono di operare con sicurezza nel mercato dei media contemporanei.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Il laureato in Comunicazione, media e pubblicità acquisisce capacità applicare conoscenza e comprensione nel campo dell'interpretazione e gestione dei linguaggi dei media tradizionali e digitali. Tali conoscenze vengono applicate alla progettazione di contenuti originali per i media e la pubblicità, alla gestione dei processi e degli obiettivi comunicativi delle industrie creative e dello spettacolo, all'applicazione delle tecniche di ricerca e analisi dei contenuti mediali.

Lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito del cinema, del teatro, della radio, della televisione, della musica, della stampa e dell'editoria, della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa contenuti per le attività di comunicazione delle industrie creative; redige ed elabora comunicati stampa, idea campagne di comunicazione, analizza con sicurezza testi audiovisivi, crea contenuti per i canali social delle industrie mediali, gestisce i contenuti dei principali social media.

Tali capacità vengono sviluppate grazie alla preparazione sia teorica che pratica, garantita dai numerosi corsi sotto forma di laboratori e con modalità didattiche basate sulla partecipazione attiva dello studente alla realizzazione di prodotti creativi per i media.

Per ciascuna attività, l'esame finale permette di valutare l'acquisizione dei contenuti. Lavori di ricerca e di progettazione, sia individuali sia di gruppo, realizzati all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dai singoli insegnamenti, costituiscono parte integrante della valutazione d'esame e della prova finale.

**SCENARI E CONTESTI DELLA COMUNICAZIONE**

**Conoscenza e comprensione**

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per:

Conoscere e comprendere le coordinate sociali e culturali in cui si inseriscono e si sviluppano i media tradizionali e digitali;

Conoscere e comprendere il contesto storico contemporaneo in cui si collocano gli sviluppi e l'evoluzione del sistema dei media;

Conoscere e comprendere gli elementi di base dell'economia dei media.

Conoscere e comprendere gli scenari istituzionali e politici della contemporaneità e le relative dinamiche comunicative.

### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

L'applicazione delle conoscenze raggruppate in quest'area disciplinare permette allo studente di acquisire conoscenze teoriche e sviluppare capacità analitiche e interpretative che consentono di inserire i fenomeni legati al mondo dei media in un'ampia e solida cornice storica, sociologica ed economica connessa alla contemporaneità, fornendo imprescindibili chiavi di lettura del presente anche attraverso lo studio approfondito delle dinamiche comunicative in ambito istituzionale e politico.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA [url](#)

ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI MEDIA [url](#)

SOCIOLOGIA DEI MEDIA [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA [url](#)

## **LINGUAGGI DEI MEDIA TRADIZIONALI, DIGITALI E DELLA PUBBLICITA'**

### **Conoscenza e comprensione**

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area forniscono allo studente le competenze necessarie per: comprendere e interpretare i linguaggi specifici dei media tradizionali e digitali e della pubblicità; conoscere e comprendere i percorsi creativi legati alla produzione di contenuti comunicativi originali destinati ai media;

conoscere e comprendere le dinamiche complesse di sviluppo delle industrie creative e dello spettacolo, ponendole in relazione alle esigenze dei propri pubblici di riferimento e ai propri obiettivi comunicativi e di profitto economico.

### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità creative e critiche che consentano di comprendere e interpretare i processi di comunicazione dei media, i contenuti comunicativi tipici di ciascuno di essi e di comprenderne a fondo le dinamiche creative.

Gli insegnamenti centrati sull'analisi dei singoli media ne approfondiscono le radici storiche, sociali e culturali, mettendone in luce le dinamiche creative e comunicative.

Gli insegnamenti laboratoriali forniscono allo studente la possibilità di mettere alla prova le competenze acquisite, tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo, esercitazioni, analisi di caso, con l'obiettivo di tradurre in concreta applicazione la strumentazione acquisita.

Lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito del cinema, del teatro, della radio, della televisione, della musica, della stampa e dell'editoria, della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa contenuti per le attività di comunicazione delle industrie creative; redige ed elabora comunicati stampa; idea campagne di comunicazione; analizza con sicurezza testi audiovisivi; crea contenuti per i profili e i canali social delle industrie medial; gestisce i contenuti dei principali social media.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE DIGITALE (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

COMUNICAZIONE DIGITALE (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

COMUNICAZIONE RADIOFONICA (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

COMUNICAZIONE RADIOFONICA (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

ESTETICA DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

LABORATORIO DI CREATIVITA' PUBBLICITARIA [url](#)

LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA [url](#)

LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA [url](#)

LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA [url](#)

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA (*modulo di LINGUAGGI DEL WEB*) [url](#)

LETTERATURA E MEDIA [url](#)

LINGUAGGI DEL CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DEL CINEMA [url](#)

LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE [url](#)

LINGUAGGI DEL GIORNALISMO [url](#)

LINGUAGGI DEL WEB [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' [url](#)

LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' [url](#)

MARKETING DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

RACCONTARE LA CRONACA NEL WEB (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

REPORTAGE TELEVISIVO (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

STORIA DEL CINEMA (*modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA*) [url](#)

STORIA E CULTURE DEL CINEMA [url](#)

STORIA E LINGUAGGI DELLA TV [url](#)

TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (*modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE*) [url](#)

TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO (*modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO*) [url](#)

## TECNICHE E METODOLOGIE DI ANALISI DELLA COMUNICAZIONE MEDIALE E PUBBLICITARIA

### Conoscenza e comprensione

Gli insegnamenti raggruppati in quest'area consentono agli studenti di acquisire le competenze necessarie per:

Conoscere e comprendere le principali metodologie di ricerca qualitative e quantitative, riferite all'ambito dei media e della pubblicità sia in termini di analisi dei contenuti, sia in termini di analisi dei pubblici di riferimento:

Conoscere e comprendere le dinamiche psicologiche alla base dei consumi mediali, attraverso specifiche modalità di ricerca applicata ai media tradizionali e digitali e alla pubblicità;

Conoscere e comprendere gli strumenti teorici e le tecniche dell'analisi testuale, narratologica e semiotica dei contenuti dei media e della pubblicità.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'applicazione delle conoscenze sviluppate in quest'area si basa sullo sviluppo di capacità analitiche e metodologiche che permettono di individuare e interpretare i fenomeni qualitativi e quantitativi legati al consumo dei media da parte di pubblici diversi, e di analizzare correttamente i contenuti dei singoli media e della comunicazione pubblicitaria, per comprenderne a fondo le dinamiche creative.

Gli insegnamenti centrati sulle metodologie della ricerca sociale e psicologica forniscono solide basi teoriche e applicative per l'analisi della ricezione dei testi mediali su pubblici e individui.

Gli insegnamenti basati sull'analisi dei trend digitali forniscono allo studente le capacità di analizzare le dinamiche di sviluppo, i contenuti e i pubblici dei media digitali. Tramite la realizzazione di progetti individuali e di gruppo,

esercitazioni, analisi di caso, lo studente acquisisce e applica conoscenze nell'ambito delle metodologie della ricerca sociale qualitativa e quantitativa applicata ai pubblici dei media tradizionali e digitali, comprende gli scenari socioculturali di sviluppo del mercato dei media, individuandone i principali trend di sviluppo; interpreta le dinamiche di consumo dei media e le pratiche di consumo e lettura del contesto; analizza i testi comunicativi mediali della contemporaneità mediante tecniche quantitative e qualitative; applica i principi della psicologia alla lettura dei comportamenti del consumatore mediale; interpreta le tendenze principali nell'ambito dei social media; predispone contenuti adeguati ai diversi media tradizionali e digitali.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ANALISI DEI TESTI MEDIALI [url](#)

ANALISI DEI TESTI MEDIALI [url](#)

METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE [url](#)

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING [url](#)

SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI [url](#)

SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI [url](#)

## COMPETENZE LINGUISTICHE

### Conoscenza e comprensione

A questa area appartiene un insegnamento finalizzato a sviluppare conoscenze linguistiche complementari a quelle delle altre tre aree e utili ad arricchire le abilità dei futuri laureati ad agire in contesti internazionali.

### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Per la lingua inglese, lo studente dovrà essere in grado di scrivere, comprendere ed esprimersi in modo sicuro e articolato.

**Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:**

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS [url](#)



QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio  
Abilità comunicative  
Capacità di apprendimento

### Autonomia di giudizio

Il laureato avrà acquisito gli strumenti critici e analitici per interpretare le dinamiche del mondo dei media, della pubblicità e delle industrie creative, sviluppando la capacità di comprenderne i processi creativi e contribuendo alla loro realizzazione.

La capacità di analisi critica delle tematiche inerenti la comunicazione, i media, le tecnologie ed i linguaggi mediali contemporanei si unisce alla capacità di

	<p>contestualizzare tali tematiche all'interno delle dinamiche del cambiamento sociale, tecnologico e culturale.</p> <p>Queste capacità di analisi autonoma e critica degli scenari mediali saranno conseguite grazie alla lettura della bibliografia assegnata dai vari insegnamenti del Corso di Studio, alle attività seminariali, alle esercitazioni laboratoriali individuali e di gruppo, e saranno verificate negli esami orali, nelle prove scritte e/o in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento), oltre che nella prova finale.</p>	
<b>Abilità comunicative</b>	<p>Il Corso di Studio stimola le abilità finalizzate alla produzione di contenuti comunicativi per i media tradizionali e digitali, la pubblicità, lo spettacolo e le industrie creative, attraverso la frequenza di laboratori e lo svolgimento di esercitazioni e lavori di gruppo che, oltre a sviluppare capacità creative, proattività, flessibilità ed autonomia di giudizio, consentiranno allo studente di imparare a trasferire ad altri, anche non specialisti, le proprie conoscenze e le proprie idee.</p> <p>L'acquisizione di tali abilità sarà consolidata non solo per la lingua italiana, ma anche per la lingua inglese e una seconda lingua straniera.</p> <p>La verifica avverrà principalmente attraverso le prove d'esame finali e in itinere, e ai lavori individuali e di gruppo previsti nel corso dei singoli insegnamenti.</p>	
<b>Capacità di apprendimento</b>	<p>Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento autonomo, indispensabili sia per accedere a percorsi di formazione di secondo livello, sia per elaborare e applicare in modo critico, in contesti professionali, le informazioni sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali.</p> <p>Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno un costante terreno di prova e confronto delle capacità di assimilazione e analisi dei contenuti.</p> <p>Lo sviluppo di capacità autonome di analisi costituisce l'obiettivo specifico della prova finale, che si configura al tempo stesso come strumento di verifica delle conoscenze acquisite e come prima occasione per mettersi alla prova nella produzione di una ricerca originale.</p>	

Le attività affini previste nel Corso di studi riguardano le competenze relative allo sviluppo di abilità nell'ambito del diritto della proprietà intellettuale e all'acquisizione di abilità metodologiche di lettura dei contenuti mediali, oltre alle competenze ed esperienze laboratoriali relative alla scrittura per i media.



24/02/2022

La Prova finale consiste nella presentazione e nella discussione, davanti ad una Commissione di docenti, di un tema di ricerca relativo ad uno degli insegnamenti previsti dal Piano degli studi, sul quale lo studente ha predisposto un elaborato scritto corredato da un adeguato apparato bibliografico.

Le modalità di organizzazione e valutazione della prova finale sono definite da un Regolamento pubblicato annualmente sul portale d'Ateneo.



15/05/2025

L'esame di laurea consiste nella breve presentazione e discussione (aperta al pubblico ma priva di carattere cerimoniale) dell'elaborato finale al cospetto di una Commissione - denominata Commissione istruttoria - composta da tre docenti, anche non appartenenti alla medesima Facoltà, dell'area disciplinare in cui si inquadra l'argomento oggetto dell'elaborato. La Commissione istruttoria, al termine della seduta, comunica a tutti i candidati il solo giudizio sintetico attribuito (da insufficiente a eccellente).

Il voto di laurea viene attribuito successivamente dalla Commissione di certificazione, preso atto del giudizio espresso dalla Commissione istruttoria, dell'elaborato di laurea, del voto di partenza del candidato e di ulteriori elementi di valutazione sulla base della griglia approvata dal Consiglio di Facoltà e viene espresso in centodecimi.

La Commissione di certificazione è composta da cinque professori della Facoltà ed è presieduta dal Preside.

Le Commissioni sono nominate dal Preside della Facoltà.

La proclamazione e la consegna della pergamena avverranno durante il Graduation Day organizzato a ridosso della chiusura della sessione di laurea, aperto al pubblico e con carattere cerimoniale.

Link: [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/e4fb3a9f-bc59-4a78-916e-e59110081dd1/PROVA+FINALE\\_facolta+comunicazione\\_triennali+\\_2024\\_25.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18\\_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-e4fb3a9f-bc59-4a78-916e-e59110081dd1-peHIG6N](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/e4fb3a9f-bc59-4a78-916e-e59110081dd1/PROVA+FINALE_facolta+comunicazione_triennali+_2024_25.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-e4fb3a9f-bc59-4a78-916e-e59110081dd1-peHIG6N) ( Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale )



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico del Corso di Studi per la coorte di immatricolati nell'anno accademico 2025/2026

Link: [https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/c488260c-cdbb-4cbd-8413-e29b284d7e76/CMP+Regolamento+didattico+a.a.2025\\_26\\_all.7.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18\\_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-c488260c-cdbb-4cbd-8413-e29b284d7e76-pqQYDE8](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/c488260c-cdbb-4cbd-8413-e29b284d7e76/CMP+Regolamento+didattico+a.a.2025_26_all.7.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE.Z18_N19GHC410O5PD0QACD0HKQ38C6-c488260c-cdbb-4cbd-8413-e29b284d7e76-pqQYDE8)

▶ QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

[http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&\\_lang=it&empty\\_box=0&col\\_cells=0](http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easycourse&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0)

▶ QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

[http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easytest&\\_lang=it&empty\\_box=0&col\\_cells=0](http://aule.iulm.it/Orario/index.php?view=easytest&_lang=it&empty_box=0&col_cells=0)

▶ QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

[https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/15568a1d-b42e-4985-b06b-12f0b0c9a221/Calendario+didattico+2025\\_2026.pdf?MOD=AJPERES](https://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulm/15568a1d-b42e-4985-b06b-12f0b0c9a221/Calendario+didattico+2025_2026.pdf?MOD=AJPERES)

▶ QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
----	---------	---------------	--------------	--------------	-------	---------	-----	----------------------------------

1.	M-FIL/05	Anno di corso 1	ANALISI DEI TESTI MEDIALI <a href="#">link</a>	CALABRESE STEFANO <a href="#">CV</a>		6	48	
2.	M-FIL/05	Anno di corso 1	ANALISI DEI TESTI MEDIALI <a href="#">link</a>	CALABRESE STEFANO <a href="#">CV</a>		6	48	
3.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <a href="#">link</a>	ARCAGNI SIMONE <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
4.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <a href="#">link</a>	ARCAGNI SIMONE <a href="#">CV</a>	PA	6	48	
5.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <a href="#">link</a>	LOCATI STEFANO <a href="#">CV</a>	RD	6	48	
6.	L-ART/06	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE DIGITALE (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <a href="#">link</a>	LOCATI STEFANO <a href="#">CV</a>	RD	6	48	
7.	L-ART/05	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE RADIOFONICA (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	VARON GAIA VALERIA <a href="#">CV</a>	ID	6	48	
8.	L-ART/05	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE RADIOFONICA (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	VARON GAIA VALERIA <a href="#">CV</a>	ID	6	48	
9.	SPS/08	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE SPORTIVA <a href="#">link</a>	BARLETTA PIERFRANCESCO <a href="#">CV</a>		6	48	
10.	NN	Anno di corso 1	FONDAMENTA <a href="#">link</a>	MINGARDI ALBERTO <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
11.	L-ART/07	Anno di corso 1	LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO <a href="#">link</a>	VECCHIONI ROBERTO <a href="#">CV</a>		6	48	
12.	L-ART/07	Anno di corso 1	LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO <a href="#">link</a>	MANCUSO STEFANIA <a href="#">CV</a>		6	48	

		corso 1					
13.	L-FIL- LET/10	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA <a href="#">link</a>	PENNACCHIO FILIPPO <a href="#">CV</a>	RD	6	48
14.	L-FIL- LET/10	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA <a href="#">link</a>	D'ANDREA STEFANO <a href="#">CV</a>		6	48
15.	L-FIL- LET/10	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA <a href="#">link</a>	D'ANDREA STEFANO <a href="#">CV</a>		6	48
16.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA ( <i>modulo di LINGUAGGI DEL WEB</i> ) <a href="#">link</a>	BORSARI SILVIA <a href="#">CV</a>	ID	6	48
17.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA ( <i>modulo di LINGUAGGI DEL WEB</i> ) <a href="#">link</a>	RISI ELISABETTA <a href="#">CV</a>	RD	6	48
18.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA ( <i>modulo di LINGUAGGI DEL WEB</i> ) <a href="#">link</a>	RISI ELISABETTA <a href="#">CV</a>	RD	6	48
19.	L-ART/06	Anno di corso 1	LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA ( <i>modulo di LINGUAGGI DEL WEB</i> ) <a href="#">link</a>	BORSARI SILVIA <a href="#">CV</a>	ID	6	48
20.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA <a href="#">link</a>	GIANNERI GIROLAMO <a href="#">CV</a>		6	24
21.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA <a href="#">link</a>	CANOVA GIAN BATTISTA <a href="#">CV</a>		6	24
22.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA <a href="#">link</a>	GIANNERI GIROLAMO <a href="#">CV</a>		6	24
23.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CINEMA <a href="#">link</a>	CANOVA GIAN BATTISTA <a href="#">CV</a>		6	24

24.	L-ART/05	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE <a href="#">link</a>					12	
25.	L-ART/06	Anno di corso 1	LINGUAGGI DEL WEB <a href="#">link</a>					12	
26.	SPS/09	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' <a href="#">link</a>	CORNARA GUIDO <a href="#">CV</a>	ID	6	48		
27.	SPS/09	Anno di corso 1	LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' <a href="#">link</a>	CORNARA GUIDO <a href="#">CV</a>	ID	6	48		
28.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI <a href="#">link</a>	GEMMO VANESSA <a href="#">CV</a>	PA	6	24		
29.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI <a href="#">link</a>	GEMMO VANESSA <a href="#">CV</a>	PA	6	24		
30.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI <a href="#">link</a>	CARIGNANI ANDREA <a href="#">CV</a>	PA	6	24		
31.	INF/01	Anno di corso 1	SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI <a href="#">link</a>	CARIGNANI ANDREA <a href="#">CV</a>	PA	6	24		
32.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI MEDIA <a href="#">link</a>	MICONI ANDREA <a href="#">CV</a>	PO	6	48		
33.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DEI MEDIA <a href="#">link</a>	MICONI ANDREA <a href="#">CV</a>	PO	6	48		
34.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO ( <i>modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE</i> ) <a href="#">link</a>	PALAZZO NADIA <a href="#">CV</a>		6	48		
35.	L-ART/05	Anno di	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO ( <i>modulo</i> )	GARAVAGLIA VALENTINA <a href="#">CV</a>	PO	6	48		

		corso 1	di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>					
36.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	PALAZZO NADIA <a href="#">CV</a>		6	48	
37.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	FUOCO ESTER <a href="#">CV</a>	RD	6	48	
38.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	GARAVAGLIA VALENTINA <a href="#">CV</a>	PO	6	48	
39.	L-ART/05	Anno di corso 1	TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <a href="#">link</a>	FUOCO ESTER <a href="#">CV</a>	RD	6	48	
40.	SPS/08	Anno di corso 2	COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA <a href="#">link</a>			6		
41.	IUS/04	Anno di corso 2	DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE <a href="#">link</a>			6		
42.	L-LIN/12	Anno di corso 2	ENGLISH FOR CORPORATE SKILLS <a href="#">link</a>			6		
43.	L-ART/06	Anno di corso 2	ESTETICA DEL CINEMA (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <a href="#">link</a>			3		
44.	L-ART/06	Anno di corso 2	MARKETING DEL CINEMA (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <a href="#">link</a>			3		
45.	M-PSI/01	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING <a href="#">link</a>			6		
46.	M-STO/04	Anno di corso 2	STORIA CONTEMPORANEA <a href="#">link</a>			6		

47.	L-ART/06	Anno di corso 2	STORIA DEL CINEMA ( <i>modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA</i> ) <a href="#">link</a>	6
48.	L-ART/06	Anno di corso 2	STORIA E CULTURE DEL CINEMA <a href="#">link</a>	12
49.	L-ART/06	Anno di corso 2	STORIA E LINGUAGGI DELLA TV <a href="#">link</a>	9
50.	ICAR/13	Anno di corso 3	ARTI E COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	6
51.	SECS-P/01	Anno di corso 3	ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA <a href="#">link</a>	9
52.	SPS/08	Anno di corso 3	LABORATORIO DI CREATIVITA' PUBBLICITARIA <a href="#">link</a>	6
53.	L-ART/07	Anno di corso 3	LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA <a href="#">link</a>	6
54.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 3	LETTERATURA E MEDIA <a href="#">link</a>	9
55.	SPS/08	Anno di corso 3	LINGUAGGI DEL GIORNALISMO <a href="#">link</a>	12
56.	SPS/07	Anno di corso 3	METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE <a href="#">link</a>	9
57.	PROFIN_S	Anno di corso 3	PROVA FINALE <a href="#">link</a>	6
58.	SPS/08	Anno di	RACCONTARE LA CRONACA NEL WEB ( <i>modulo di</i>	3

		corso 3	LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <a href="#">link</a>		
59.	SPS/08	Anno di corso 3	REPORTAGE TELEVISIVO (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <a href="#">link</a>	3	
60.	SPS/08	Anno di corso 3	TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <a href="#">link</a>	6	

▶ QUADRO B4

Aule

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4

Sale Studio

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Universita/Campus/Strutture> Altro link inserito: <http://>

▶ QUADRO B4

Biblioteche

Link inserito: <http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Risorse-e-servizi/Biblioteca> Altro link inserito: <http://>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5

Orientamento in ingresso

15/05/2025

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni#orientamento-futuri-studenti>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Orientamento e tutorato in itinere

15/05/2025

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling>

Pdf inserito: [visualizza](#)

▶ QUADRO B5 | Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

23/04/2025

- Stage curriculari Italia/estero, ovvero periodi di tirocinio svolti da studenti regolarmente iscritti all'Ateneo, presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo, per periodi superiori ad un mese e fino ad un massimo di 12 mesi.
- Stage extracurriculari, ovvero periodi di tirocinio svolti da laureati da meno di 12 mesi presso organizzazioni ed imprese esterne all'Ateneo per la durata di minimo 2 e fino ad un massimo 12 mesi.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/stage-italia>

▶ QUADRO B5 | Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

**i**

*In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".*

*Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.*

---

L'Ufficio Mobilità supporta e gestisce la mobilità internazionale degli studenti per motivi di studio, sia in ingresso che in uscita.

A questo scopo stipula accordi bilaterali di scambio con università straniere europee ed extra europee nell'ambito di diversi programmi internazionali (Erasmus, Exchange, Semester Abroad, Summer Session); gli accordi includono quasi sempre la possibilità di scambi docenti e personale tecnico amministrativo.

L'Ufficio si occupa anche dell'organizzazione e della gestione di alcuni programmi di mobilità breve ibrida in collaborazione con le università partner (Blended Intensive Programme).

Tra le azioni rivolte agli studenti, oltre alla costante gestione delle richieste di informazione e supporto (attraverso sportello fisico, telefono, email e social), hanno particolare rilievo:

Azioni per studenti IULM in uscita (outgoing):

- selezione dei candidati alla mobilità attraverso bandi di concorso;
- assistenza nella preparazione della candidatura da inviare alle università ospitanti, nella redazione e modifica in itinere del learning agreement (piano di studi all'estero);
- riunioni preparatorie pre-partenza: spiegazione offerta formativa dell'università ospitante, funzionamento del motore di ricerca degli insegnamenti, differenze nei metodi di studio, illustrazione criteri adottati dai coordinatori accademici nella valutazione delle equivalenze;
- assistenza e gestione delle pratiche per il riconoscimento delle attività svolte all'estero;
- gestione e erogazione delle borse di studio e di altri contributi di supporto alla mobilità.

Azioni per studenti internazionali in ingresso (incoming):

- procedure di candidatura e successiva immatricolazione presso la IULM (supporto burocratico e logistico);
- organizzazione corso di italiano prima dell'inizio di ogni semestre;
- organizzazione riunioni informative all'inizio di ogni semestre: procedure interne per registrazione ai corsi, iscrizione agli esami, ottenimento badge, codice fiscale/permesso di soggiorno, utilizzo servizi online;
- collaborazione con rappresentanza ESN di Ateneo nelle attività accoglienza, socializzazione e informazione degli studenti stranieri (tour dell'università, pranzo di benvenuto, Buddy Service, occasioni di socializzazione).

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/internazionale#mobilita-internazionale>

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Argentina	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales		02/12/2009	solo italiano
2	Australia	University of the Sunshine Coast		28/11/2020	solo italiano
3	Belgio	Artevelde University College		09/03/2016	solo italiano
4	Brasile	UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO à ECA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES, SAN PAOLO		10/01/2024	solo italiano
5	Cile	Universidad Diego Portales		24/01/2022	solo italiano
6	Cile	Universidad del Desarrollo		26/07/2002	solo italiano
7	Corea del Sud	EWHA Womans University		30/11/2022	solo italiano

8	Corea del Sud	Hallym University	18/12/2015	solo italiano
9	Corea del Sud	Hankuk University of Foreign Studies (HUFS)	21/09/2023	solo italiano
10	Francia	UNIVERSITE' MICHEL DE MONTAIGNE	09/12/2013	solo italiano
11	Francia	Universit� Catholique de Lille	31/01/2014	solo italiano
12	Francia	Universit� François Rabelais - Tours	06/07/2023	solo italiano
13	Germania	Rheinische Friedrich Wilhelms-Universit�t Bonn	13/12/2022	solo italiano
14	Germania	Universitat Mannheim	06/11/2014	solo italiano
15	Irlanda	Dublin Business School	12/09/2022	solo italiano
16	Irlanda	IADT - Institute of Art, Design and Technology	15/02/2023	solo italiano
17	Libano	Lebanese American university	21/02/2024	solo italiano
18	Malta	L'Universit� Ta Malta	04/03/2022	solo italiano
19	Messico	Universidad IberoAmericana	17/12/2019	solo italiano
20	Paesi Bassi	Breda University of Applied Sciences	01/12/2021	solo italiano
21	Paesi Bassi	Hogeschool Van Amsterdam	20/07/2023	solo italiano
22	Paesi Bassi	University of Groningen	23/03/2023	solo italiano
23	Portogallo	IADE Univesidade Europeia	25/01/2017	solo italiano
24	Regno Unito	UNIVERSITY OF THE ARTS LONDON	08/06/2021	solo italiano
25	Repubblica Ceca	CEVRO Institute	03/03/2023	solo italiano
26	Spagna	Centro universitario Sant Isidoro	08/11/2021	solo italiano
27	Spagna	UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA Campus di Moncada	10/03/2021	solo italiano

28	Spagna	Universidad De Navarra	29477-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/04/2022	solo italiano
29	Spagna	Universidad De Salamanca	29573-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	08/02/2023	solo italiano
30	Spagna	Universidad Fernando Pessoa Canaria - Las Palmas		13/07/2023	solo italiano
31	Spagna	Universidad Francisco De Vittoria		15/11/2013	solo italiano
32	Spagna	Universidad Medio Atlantico		29/11/2022	solo italiano
33	Spagna	Universidad Nebrija		16/11/2021	solo italiano
34	Spagna	Universidad Pontificia De Salamanca	29536-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/02/2022	solo italiano
35	Spagna	Universidad Rey Juan Carlos		19/11/2021	solo italiano
36	Spagna	Universidad de Granada		19/10/2023	solo italiano
37	Spagna	Universidad de Sant Jorge		05/11/2021	solo italiano
38	Spagna	Universidad de Sevilla		12/12/2014	solo italiano
39	Spagna	Universidad del Pais Vasco		16/11/2022	solo italiano
40	Spagna	Universitat Abat Oliba CEU		22/03/2023	solo italiano
41	Spagna	Universitat Aut�noma de Barcelona - UAB Barcelona		20/07/2021	solo italiano
42	Spagna	Universitat Rovira I Virgili	28675-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	07/02/2023	solo italiano
43	Stati Uniti	Chapman University		05/05/2023	solo italiano
44	Svezia	STIFTELESEN H�GSKOLAN I JÖNKÖPING		06/02/2014	solo italiano
45	Taiwan	SHIH HSIN		20/12/2024	solo italiano
46	Turchia	Bilgi University		16/12/2013	solo italiano
47	Uruguay	UDELAR		19/02/2021	solo italiano

23/04/2025

- Career Advisory. Servizio offerto a studenti e laureati IULM per l'orientamento su percorsi di carriera e valorizzazione delle opportunità di employability.
- CV Check e Cover Letter. Servizio rivolto a studenti e laureati IULM per offrire supporto nella redazione e aggiornamento del proprio curriculum vitae e della lettera di presentazione anche in lingua inglese, francese e spagnola.
- Simulazione Colloqui. Sessioni one to one, anche in lingua inglese, francese e spagnola al fine di migliorare la capacità di affrontare colloqui di selezione con feedback costruttivo per evidenziare punti di forza e aree di miglioramento.
- Jobiri – Career Center Digitale. Piattaforma digitale che mette a disposizione di studenti e laureati IULM numerose risorse (creazione CV e cover letter, simulazione colloqui, lezioni su soft skills, etc.) da utilizzare in autonomia per prepararsi nel migliore dei modi al primo incontro con il mondo del lavoro.
- Analisi e Ottimizzazione Profilo LinkedIn. Servizio dedicato a migliorare la presenza online degli studenti e laureati IULM su LinkedIn, una delle piattaforme più importanti per la ricerca di lavoro e la costruzione di reti professionali.
- IULM for Job LinkedIn Gruppo chiuso su LinkedIn al quale hanno accesso solo ed esclusivamente studenti e laureati IULM iscritti per essere informati sulle offerte di stage e placement, nonché iniziative ed eventi di carattere professionale.
- IULM for Job Instagram Account di Instagram per aumentare la visibilità delle offerte, i servizi e gli eventi organizzati dall'Ufficio e creare più engagement con studenti e laureati IULM.
- Corso iscrizione & utilizzo di Almalaurea IULM. Webinar e incontri in aula per aiutare studenti e laureati IULM a registrarsi correttamente alla piattaforma Almalaurea e per orientarli all'utilizzo della stessa per la ricerca e la candidatura ad offerte di stage/lavoro.
- Workshop Digitali e Fisici per Strategie di Employability. Webinar e sessioni plenarie in aula per informare e stimolare studenti e laureati IULM su consigli, buone pratiche e strategie da adottare per prepararsi efficacemente ai percorsi di carriera affrontando varie tematiche quali: definizione CV e Cover Letter, Preparazione al colloquio, Ricerca opportunità professionali, etc.
- Presentazioni e testimonianze aziendali. Eventi che mirano da un lato a portare in aula testimonianze da parte di referenti aziendali di vari settori di riferimento con esposizione di case study o di best practice realizzate, dall'altro a condividere i percorsi di carriera dei professionisti coinvolti con presentazioni dal taglio ispirazionale che favoriscano un confronto con i partecipanti.
- Recruiting event. Presentazioni di realtà aziendali con possibilità di reclutamento e selezione in Università o online. Gli incontri hanno l'obiettivo di promuovere la cultura aziendale, presentare il profilo, la struttura organizzativa e le eventuali opportunità di inserimento professionale, mettendo in contatto l'azienda con studenti e laureati IULM per individuare le risorse con competenze rispondenti ai bisogni di recruiting.
- Company Visit. Opportunità formativa e di networking progettata per connettere gli studenti universitari con le aziende di vari settori che consiste nel visitare fisicamente l'azienda ospitante per conoscere meglio la sua cultura d'impresa, le operazioni quotidiane, i team di lavoro, i prodotti o servizi offerti e le opportunità di carriera disponibili.
- Career Day Online. Eventi online dedicati all'incontro tra studenti e laureati IULM e aziende e organizzazioni di uno specifico settore con l'obiettivo di promuovere opportunità di stage e lavoro creando uno spazio virtuale di confronto in cui poter connettere differenti realtà aziendali e relative posizioni aperte con studenti e laureati IULM che hanno possibilità di

svolgere brevi colloqui di selezione e di inviare il proprio CV.

• Career Fair. Un grande evento in presenza in cui decine di aziende e organizzazioni sono presenti in Ateneo per interagire direttamente con studenti e laureati IULM, condividendo opportunità di lavoro e stage, stabilendo contatti professionali, raccogliendo CV e candidature e svolgendo colloqui di selezione per numerose posizioni aperte.

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/career-service/career-service/>

▶ QUADRO B5 | Eventuali altre iniziative

23/04/2025

Link inserito: <https://www.iulm.it/it/vivere-in-iulm/tutorato-e-counseling/studenti-disabilita>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Ufficio diversAMENTE - Disabilità e DSA

▶ QUADRO B6 | Opinioni studenti

16/06/2020

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione degli studenti, a.a. 2024/25

▶ QUADRO B7 | Opinioni dei laureati

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Soddisfazione per il corso di studio concluso



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Dati e informazioni, a.a. 2024/25

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

01/07/2024

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Condizione occupazionale

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

26/09/2014

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Valutazione dello stagista, a.a. 2024/25





## ▶ QUADRO D1

### Struttura organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo

12/06/2023

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Organigramma funzionale IULM

## ▶ QUADRO D2

### Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

15/05/2025

Come previsto dalle "Linee guida del Sistema di AQ di Ateneo", i ruoli di maggior rilievo per la gestione del CdS sono i seguenti:

- \* Consiglio di Facoltà: quest'Organo ha la responsabilità formale dei Corsi di studio afferenti;
- \* Giunta di Facoltà: ogni Giunta è composta dal Preside e dai Referenti dei CdS afferenti alla Facoltà. La Giunta esamina periodicamente l'andamento del CdS e l'attuazione di eventuali interventi correttivi e/o di miglioramento;
- \* Referente del Corso di studio: l'Università IULM è strutturata per Facoltà e non è previsto un Consiglio di CdS. Il Referente è il coordinatore del CdS. Il Referente fa parte del Gruppo AQ;
- \* Gruppo di gestione AQ del CdS: è composto da professori e ricercatori di ruolo dell'Ateneo e da uno studente iscritto al Corso, quest'ultimo selezionato tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale. I Gruppi di gestione AQ:
  - organizzano il processo periodico di verifica dell'adeguatezza e dell'efficacia della gestione del CdS e delle attività di AQ;
  - supportano la compilazione della SUA-CdS;
  - successivamente all'analisi dei dati disponibili e alle verifiche necessarie, redigono annualmente la Scheda di monitoraggio;
  - predispongono, dopo aver condotto le analisi necessarie, il Rapporto di riesame ciclico, con cadenza relazionata alla durata del CdS, e monitorano il livello di raggiungimento degli obiettivi ivi indicati;
  - in seguito alla visita in loco, propongono e mettono in atto le azioni correttive di adeguamento ai rilievi ricevuti;
- \* Commissione paritetica docenti-studenti: vi è una Commissione per ogni Facoltà, composta da un membro docente e un membro studente per ogni CdS afferente alla Facoltà; la componente studentesca è selezionata tramite bando biennale emanato con Decreto Rettorale. La Commissione paritetica è un organismo di valutazione interna competente a:
  - svolgere attività di monitoraggio dell'offerta formativa e della qualità della didattica, nonché dell'attività di servizio agli studenti da parte dei professori e dei ricercatori;
  - individuare indicatori per la valutazione dei risultati delle stesse;
  - formulare pareri sull'attivazione e la soppressione di CdS;
  - formulare pareri sull'adeguatezza del carico didattico (CFU).

## ▶ QUADRO D3

### Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

26/05/2025

Il programma delle attività di AQ relativo alla didattica, con le relative scadenze comuni a tutti i CdS dell'Ateneo, è riportato nel Calendario per l'AQ della didattica predisposto dal Presidio della qualità:

- gennaio:

o inizio incarico studenti dei Gruppi AQ e delle CPDS. L'incarico è di durata biennale;

o approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse di eventuali nuovi Corsi di studio (sezioni ordinamentali della SUA-CdS), come da scadenze comunicate dal Ministero;

- febbraio:

o modifica ordinamento CdS in seguito all'approvazione in Senato Accademico e nel Consiglio di Facoltà d'interesse secondo le scadenze comunicate dal Ministero;

o formazione studenti Gruppi AQ e CPDS (ogni due anni);

- marzo:

o stesura dei programmi degli insegnamenti per l'a.a. successivo, revisione da parte dei Gruppi AQ e loro caricamento, come da Linee guida del Presidio della qualità;

o apertura SUA-CdS ordinamentale (a.a. successivo);

- aprile:

o incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS;

o relazione del NdV sulla rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (30 aprile);

- maggio:

o rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (secondo semestre);

o chiusura SUA-CdS (scadenza interna per permettere la revisione delle Schede);

- giugno:

o pubblicazione indicatori ANVUR (30 giugno);

o chiusura SUA-CdS, secondo le scadenze comunicate dal Ministero;

- luglio:

o invio risultati della rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche e analisi dei dati a cura dei diversi attori;

- settembre:

o incontri tra i docenti titolari degli insegnamenti dei singoli Corsi di studio, con condivisione sui contenuti degli insegnamenti;

o SMA (30 settembre);

o nomina/conferma docenti Gruppi AQ, da verbalizzarsi in occasione del Consiglio di Facoltà;

- ottobre:

o Relazione annuale del NdV per ANVUR (15 ottobre);

- novembre:

o incontri tra studenti Gruppo AQ e CPDS e studenti del CdS (primariamente rivolto a studenti del I anno);

o pubblicazione, ogni due anni, del Bando di selezione degli studenti nei Gruppi AQ e nelle CPDS;

o incontri di confronto annuale tra i Gruppi AQ e le rispettive Commissioni paritetiche docenti-studenti;

- dicembre:

o rilevazione delle opinioni degli studenti sulle attività didattiche (primo semestre);

o Relazione CPDS (10 dicembre).

Link inserito: <http://>



QUADRO D4

Riesame annuale

26/05/2025

Il Riesame Annuale coinvolge tutti i CdS dell'Ateneo e consiste nel monitoraggio, a opera del Gruppo AQ del CdS, di un set di indicatori resi disponibili dall'ANVUR. Tale attività è dettagliata nelle "Linee guida per la compilazione della Scheda di Monitoraggio Annuale dei Corsi di studio" predisposta dal Presidio della qualità ad ottobre 2018 ed aggiornate l'ultima volta

nel luglio 2024.

In particolare, la stesura della Scheda di monitoraggio annuale consiste nella redazione di un sintetico commento degli indicatori che ANVUR fornisce periodicamente agli Atenei. Tali indicatori quantitativi si riferiscono alle carriere degli studenti, all'attrattività e all'internazionalizzazione, all'occupabilità e alla soddisfazione dei laureati, alla quantità e qualificazione del corpo docente.

La Scheda di monitoraggio annuale è il documento di supporto al miglioramento dei CdS: lo scopo principale è quello di portare alla luce gli aspetti critici dei CdS, evidenziandoli in un commento che possa indicarne le cause e gli eventuali correttivi, in ottica anticipatoria del Riesame ciclico successivo.

Ogni CdS deve esaminare gli indicatori di interesse in relazione alle proprie caratteristiche e ai propri obiettivi, ponendo anche attenzione a eventuali significativi scostamenti dalle medie nazionali o macro-regionali di riferimento, al fine principale di rilevare tanto i propri punti di forza (individuando ad esempio quegli indicatori per i quali il confronto con i CdS della stessa Classe risulta maggiormente positivo), quanto le aree di miglioramento, e di pervenire, attraverso anche altri elementi di analisi, al riconoscimento di quelle situazioni critiche per le quali attivare le azioni correttive più opportune. Il commento agli indicatori dovrà essere sintetico, con approfondimenti solamente laddove necessario (situazioni critiche o in peggioramento).

Gli indicatori da commentare sono quelli estratti da ANVUR al 30 giugno o al 30 settembre di ogni anno (è necessario indicare quale versione si utilizza).

A supporto delle analisi del Gruppo AQ, l'Ufficio Statistico, valutazione e qualità fornisce periodicamente un Report statistico, redatto per ogni CdS dell'Ateneo e riportante dati e informazioni utili alle attività di autovalutazione: l'attrattività; gli esiti didattici; la laureabilità; gli stage e le esperienze di lavoro; l'esperienza all'estero; le opinioni degli studenti; le opinioni dei laureati; l'accompagnamento al mondo del lavoro (la condizione formativa e occupazionale dopo la laurea). Le ulteriori informazioni contenute all'interno del Report statistico possono essere utilizzate per visualizzare trend più recenti e a supporto delle analisi del Gruppo AQ, ma non va fatto riferimento ai dati forniti internamente.

La scadenza per la compilazione della Scheda di monitoraggio annuale è fissata al 31 dicembre di ogni anno.

Internamente la scadenza viene anticipata al 30 settembre, per permettere alle CPDS di prenderne visione prima della loro Relazione annuale.

La SMA deve essere preventivamente portata all'attenzione dei rispettivi Consigli di Facoltà per la condivisione collegiale di quanto descritto ed emerso dall'osservazione degli indicatori e l'assunzione degli eventuali impegni da essa derivanti, ma non necessita di approvazione da parte del Consiglio di Facoltà.

Il Rapporto di Riesame ciclico rappresenta invece il momento più importante di autovalutazione periodica dei Corsi di studio, durante il quale si analizzano criticamente gli obiettivi prefissati e si valutano i risultati raggiunti.

Il Rapporto di Riesame ciclico è lo strumento che permette ai Corsi di studio, alle Facoltà e all'Ateneo di verificare che l'offerta formativa sia allineata alle conoscenze disciplinari più avanzate e ai fabbisogni del contesto sociale ed economico, tenendo anche conto:

- dei cicli di studio successivi (compreso il Dottorato di ricerca);
- delle proposte di miglioramento pervenute da docenti, studenti e parti interessate;
- delle considerazioni espresse dalle Commissioni paritetiche docenti-studenti e dagli altri attori del Sistema di AQ dell'Ateneo,
- della condizione occupazionale dei laureati e delle osservazioni degli Alumni;
- degli esiti delle consultazioni periodiche delle parti interessate.

A tal fine il Rapporto di Riesame ciclico potrebbe anche evidenziare l'eventuale necessità di apportare modifiche agli obiettivi di formazione e del sistema di gestione utilizzato dal Corso di studio per conseguirli, giustificando la modifica di ordinamento del Corso di studio.

Il Rapporto di Riesame ciclico dei Corsi di studio è redatto dai Gruppi di gestione AQ dei Corsi e deve essere formalmente approvato dal Consiglio di Facoltà. Il Rapporto deve essere trasmesso al Presidio della qualità, che ne verifica la correttezza formale e lo trasmette alle Commissioni paritetiche docenti-studenti, al Nucleo di valutazione e ad ANVUR.

Negli anni successivi alla redazione del Rapporto di Riesame ciclico i Gruppi di gestione AQ monitorano lo stato di avanzamento e l'efficacia delle azioni correttive intraprese.

L'attività di Riesame ciclico è dettagliata nelle "Linee guida per la compilazione del Rapporto di Riesame Ciclico" predisposte dal Presidio della qualità a maggio 2018 ed aggiornate nel maggio 2021 e nel giugno 2024.

Link inserito: <http://>

---

▶ QUADRO D5

Progettazione del CdS

▶ QUADRO D6

Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attivazione del Corso di Studio

▶ QUADRO D7

Relazione illustrativa specifica per i Corsi di Area Sanitaria



## Informazioni generali sul Corso di Studi

<b>Università</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Nome del corso in italiano</b>	Comunicazione, media e pubblicità
<b>Nome del corso in inglese</b>	Communication, media and advertising
<b>Classe</b>	L-20 R - Scienze della comunicazione
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita">https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-media-pubblicita/comunicazione-media-pubblicita</a>
<b>Tasse</b>	<a href="https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi">https://www.iulm.it/it/orientamento-iscrizioni/tasse-e-contributi</a>
<b>Modalità di svolgimento</b>	a. Corso di studio convenzionale



## Corsi interateneo RAD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studi, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; deve essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto, doppio o multiplo.

Non sono presenti atenei in convenzione

## Docenti di altre Università

## Referenti e Strutture

<b>Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS</b>	GEMMO Vanessa
<b>Organo Collegiale di gestione del corso di studio</b>	Consiglio di Facoltà
<b>Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi</b>	Facoltà di COMUNICAZIONE

## Docenti di Riferimento

N.	CF	COGNOME	NOME	SETTORE	MACRO SETTORE	QUALIFICA	PESO	INSEGNAMENTO ASSOCIATO
1.	RCGSMN71A08F952S	ARCAGNI	Simone	L-ART/06	10/C1	PA	1	
2.	BGNNMR69L51L304E	BAGNASCO	Anna Maria	SECS-P/01	13/A1	RU	1	
3.	BRNSDR55D15F205L	BERNI	Sandro Ivan		14/C2	ID	1	
4.	BTTMTT73A31F205V	BITTANTI	Matteo	L-ART/06	10/C1	PA	1	
5.	CRDDNL61A67G535I	CARDINI	Daniela	L-ART/06	10/C1	PO	1	
6.	CHRNDR79E20F205O	CHIURATO	Andrea	L-FIL-LET/14	10/F4	PA	1	
7.	CRNGDU57E15D969N	CORNARA	Guido		14/D1	ID	1	
8.	FRMGDU58A13C933O	FORMIGONI	Guido	M-STO/04	11/A3	PO	1	
9.	FCUSTR81C43H501G	FUOCO	Ester	L-ART/05	10/C1	RD	1	
10.	GRVVNT74B41F205U	GARAVAGLIA	Valentina	L-ART/05	10/C1	PO	1	
11.	GRZMCH82E59D969E	GRIZZAFFI	Mariachiara	L-ART/06	10/C1	RD	1	

12.	LHMHGN75R05Z112I	LEHMANN	Hagen	M-PED/04	11/D2	PA	1
13.	LCTSFN77T14F205F	LOCATI	Stefano	L-ART/06	10/C1	RD	1
14.	LMBSFN73L25D372R	LOMBARDI VALLAURI	Stefano	L-ART/07	10/C1	PA	1
15.	MCNNDR73S14H501J	MICONI	Andrea	SPS/08	14/C2	PO	1
16.	PRTDVD82E21D037C	PRETI	Davide		14/C2	ID	1
17.	SCRNTN69H25F839K	SCURATI	Antonio	L-FIL- LET/14	10/F4	PA	1
18.	VRNGLR62D66Z404G	VARON	Gaia Valeria		10/C1	ID	1

✓ Tutti i requisiti docenti soddisfatti per il corso :

#### Comunicazione, media e pubblicità

### ▶ Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
COLOMBO	LORENZO CARLO MARIA	rappresentanza.studentesca@iulm.it	
GALLAZZI	GIACOMO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	
CRESPAN	RICCARDO	rappresentanza.studentesca@iulm.it	

### ▶ Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
GEMMO	VANESSA
GIPPONI	ELENA
LOCATI	STEFANO

### ▶ Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
LOMBARDI VALLAURI	STEFANO		Docente di ruolo
GIPPONI	Elena	elena.gipponi@iulm.it	Docente non di ruolo
ARCAGNI	Simone		Docente di ruolo
CARDINI	Daniela		Docente di ruolo
LEHMANN	Hagen		Docente di ruolo
SCURATI	Antonio		Docente di ruolo
GIOVANNETTI	PAOLO		Docente di ruolo
BAGNASCO	Anna Maria		Docente di ruolo
MICONI	ANDREA		Docente di ruolo
FORMIGONI	GUIDO		Docente di ruolo
GEMMO	Vanessa		Docente di ruolo
CHIURATO	Andrea		Docente di ruolo
RISI	Elisabetta		Docente di ruolo
LOCATI	Stefano		Docente di ruolo

## ► Programmazione degli accessi

Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale	No

## ► Sede del Corso

<b>Sede: 015146 - MILANO</b> via carlo bo 1 20143	
Data di inizio dell'attività didattica	22/09/2025
Studenti previsti	530



Non sono previsti curricula



### Sede di riferimento DOCENTI

COGNOME	NOME	CODICE FISCALE	SEDE
GRIZZAFFI	Mariachiara	GRZMCH82E59D969E	
ARCAGNI	Simone	RCGSMN71A08F952S	
BITTANTI	Matteo	BTTMTT73A31F205V	
MICONI	Andrea	MCNDR73S14H501J	
GARAVAGLIA	Valentina	GRVVNT74B41F205U	
CHIURATO	Andrea	CHRND79E20F205O	
FORMIGONI	Guido	FRMGDU58A13C933O	
LOCATI	Stefano	LCTSFN77T14F205F	
CORNARA	Guido	CRNGDU57E15D969N	
PRETI	Davide	PRTDVD82E21D037C	
BAGNASCO	Anna Maria	BGNNMR69L51L304E	
BERNI	Sandro Ivan	BRNSDR55D15F205L	
CARDINI	Daniela	CRDDNL61A67G535I	
FUOCO	Ester	FCUSTR81C43H501G	
LEHMANN	Hagen	LHMHGN75R05Z112I	
LOMBARDI VALLAURI	Stefano	LMBSFN73L25D372R	
VARON	Gaia Valeria	VRNGLR62D66Z404G	
SCURATI	Antonio	SCRNTN69H25F839K	

### Sede di riferimento FIGURE SPECIALISTICHE

COGNOME	NOME	SEDE
---------	------	------

Figure specialistiche del settore non indicate

---

### Sede di riferimento TUTOR

COGNOME	NOME	SEDE
LOMBARDI VALLAURI	STEFANO	
GIPPONI	Elena	
ARCAGNI	Simone	
CARDINI	Daniela	
LEHMANN	Hagen	
SCURATI	Antonio	
GIOVANNETTI	PAOLO	
BAGNASCO	Anna Maria	
MICONI	ANDREA	
FORMIGONI	GUIDO	
GEMMO	Vanessa	
CHIURATO	Andrea	
RISI	Elisabetta	
LOCATI	Stefano	



## Altre Informazioni

R<sup>a</sup>D



Codice interno all'ateneo del corso	364^2025	
Massimo numero di crediti riconoscibili	48	max 48 CFU, da DM 931 del 4 luglio 2024

### Corsi della medesima classe

- Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche  
Numero del gruppo di affinità 1



## Date delibere di riferimento

R<sup>a</sup>D



Data di approvazione della struttura didattica	21/10/2024
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	28/10/2024
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	22/01/2008 - 23/06/2021
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	



## Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il Corso raccoglie l'eredità del preesistente Corso di laurea in Scienze e tecnologie della comunicazione, valorizzando gli elementi scaturiti dalla pluriennale esperienza di attivazione, nell'ambito di un'organica riprogettazione caratterizzata da un duplice criterio: da un lato, lo spostamento del focus dalle tecnologie alla creatività, esaltandone gli elementi culturali ed applicativi; dall'altro la precisa collocazione dello stesso nella filiera formativa dedicata ai media quale livello d'ingresso. In tal senso la declinazione sulla comunicazione pubblicitaria risponde efficacemente alle più recenti tendenze, derivate dalla concezione di pubblicità 'integrata e trasversale' ai diversi mezzi di comunicazione. Il progetto interpreta così l'esperienza dell'Ateneo nel settore dei media e della pubblicità in relazione alle tendenze generali del mercato, formando tecnici con valenze creative e di pianificazione. Da un punto di vista formale, la trasformazione non altera sostanzialmente la struttura didattica del previgente Corso di laurea (il cui duraturo successo è ben testimoniato dall'ottima performance occupazionale

dei laureati), pur tenendo conto della necessità di condividere il primo anno di corso con il Corso di laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa. L'ordinamento proposto risulta infine compatibile con le risorse di docenza e di strutture ad esso destinabili da parte dell'Ateneo, anche alla luce dell'andamento storico delle immatricolazioni.



## Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento



*La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro e non oltre il 28 febbraio di ogni anno **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR*

*Linee guida ANVUR*

- 1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS*
- 2. Analisi della domanda di formazione*
- 3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi*
- 4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)*
- 5. Risorse previste*
- 6. Assicurazione della Qualità*

Il Corso raccoglie l'eredità del preesistente Corso di laurea in Scienze e tecnologie della comunicazione, valorizzandone gli elementi scaturiti dalla pluriennale esperienza di attivazione, nell'ambito di un'organica riprogettazione caratterizzata da un duplice criterio: da un lato, lo spostamento del focus dalle tecnologie alla creatività, esaltandone gli elementi culturali ed applicativi; dall'altro la precisa collocazione dello stesso nella filiera formativa dedicata ai media quale livello d'ingresso. In tal senso la declinazione sulla comunicazione pubblicitaria risponde efficacemente alle più recenti tendenze, derivate dalla concezione di pubblicità 'integrata e trasversale' ai diversi mezzi di comunicazione. Il progetto interpreta così l'esperienza dell'Ateneo nel settore dei media e della pubblicità in relazione alle tendenze generali del mercato, formando tecnici con valenze creative e di pianificazione. Da un punto di vista formale, la trasformazione non altera sostanzialmente la struttura didattica del previgente Corso di laurea (il cui duraturo successo è ben testimoniato dall'ottima performance occupazionale dei laureati), pur tenendo conto della necessità di condividere il primo anno di corso con il Corso di laurea in Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa. L'ordinamento proposto risulta infine compatibile con le risorse di docenza e di strutture ad esso destinabili da parte dell'Ateneo, anche alla luce dell'andamento storico delle immatricolazioni.



## Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

R<sup>AD</sup>



Certificazione sul materiale didattico e servizi offerti [corsi telematici]

R<sup>ad</sup>

Offerta didattica erogata

	Sede	Coorte	CUIN	Insegnamento	Settori insegnamento	Docente	Settore docente	Ore di didattica assistita
1	015146	2025	582500540	<b>ANALISI DEI TESTI MEDIALI</b> <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Stefano CALABRESE <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-FIL-LET/14	<a href="#">48</a>
2	015146	2025	582500541	<b>ANALISI DEI TESTI MEDIALI</b> <i>semestrale</i>	M-FIL/05	Stefano CALABRESE <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA</i>	L-FIL-LET/14	<a href="#">48</a>
3	015146	2023	582500894	<b>ARTI E COMUNICAZIONE</b> <i>semestrale</i>	ICAR/13	Patrizia MELLO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	ICAR/13	<a href="#">48</a>
4	015146	2024	582500919	<b>COMUNICAZIONE DEL DESIGN</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	Cristina DOSIO <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
5	015146	2024	582500916	<b>COMUNICAZIONE DELLA MODA</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	Eugenio GALLAVOTTI <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
6	015146	2025	582500535	<b>COMUNICAZIONE DIGITALE</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Simone ARCAGNI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>
7	015146	2025	582500534	<b>COMUNICAZIONE DIGITALE</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Simone ARCAGNI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>
8	015146	2025	582500534	<b>COMUNICAZIONE DIGITALE</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOCATI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>
9	015146	2025	582500535	<b>COMUNICAZIONE DIGITALE</b> (modulo di LINGUAGGI DEL	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOCATI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>

				WEB) semestrale		- t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	
10	015146	2024	582500891	<b>COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA</b> semestrale	SPS/08	Carlo MARSONET	<a href="#">48</a>
11	015146	2024	582500258	<b>COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA</b> semestrale	SPS/08	Alberto MINGARDI <a href="#">CV</a> Professore Ordinario (L. 240/10)	SPS/02 <a href="#">48</a>
12	015146	2025	582500542	<b>COMUNICAZIONE RADIOFONICA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) semestrale	L-ART/05	<b>Docente di riferimento</b> Gaia Valeria VARON <a href="#">CV</a> Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	<a href="#">48</a>
13	015146	2025	582500543	<b>COMUNICAZIONE RADIOFONICA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) semestrale	L-ART/05	<b>Docente di riferimento</b> Gaia Valeria VARON <a href="#">CV</a> Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)	<a href="#">48</a>
14	015146	2025	582500990	<b>COMUNICAZIONE SPORTIVA</b> semestrale	SPS/08	Pierfrancesco BARLETTA <a href="#">CV</a>	<a href="#">48</a>
15	015146	2023	582500909	<b>COMUNICAZIONE, MASS MEDIA E CRIMINE</b> semestrale	M-PSI/07	Carmelo DAMBONE <a href="#">CV</a>	<a href="#">48</a>
16	015146	2024	582500918	<b>CULTURE VISUALI DELL'ASIA: CINEMA, FUMETTI, SERIE TV</b> semestrale	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOCATI <a href="#">CV</a> Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)	L-ART/06 <a href="#">48</a>
17	015146	2024	582501011	<b>DALL'IO AL NOI: LA NARRAZIONE AUTOBIOGRAFICA COME TECNICA DI COMUNICAZIONE</b> semestrale	L-ART/06	Stefano D'ANDREA <a href="#">CV</a>	<a href="#">48</a>
18	015146	2024	582500903	<b>ECOLOGIA DEL SILENZIO</b> semestrale	SPS/08	Nicoletta POLLA MATTIOT	<a href="#">48</a>
19	015146	2023	582500092	<b>ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA</b> semestrale	SECS-P/01	<b>Docente di riferimento</b> Anna Maria BAGNASCO <a href="#">CV</a> Ricercatore confermato	SECS-P/01 <a href="#">24</a>
20	015146	2023	582500905	<b>ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA</b> semestrale	SECS-P/01	<b>Docente di riferimento</b> Anna Maria BAGNASCO <a href="#">CV</a> Ricercatore confermato	SECS-P/01 <a href="#">72</a>

21	015146	2023	582500905	<b>ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Antonella ARDIZZONE <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore confermato</i>	SECS-P/06	<a href="#">72</a>
22	015146	2023	582500092	<b>ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Luca BARBARITO <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/06	<a href="#">48</a>
23	015146	2023	582500905	<b>ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	SECS-P/01	Luca BARBARITO <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SECS-P/06	<a href="#">72</a>
24	015146	2023	582500892	<b>ESPORRE IL CINEMA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Giulio BURSI		<a href="#">48</a>
25	015146	2024	582500251	<b>ESTETICA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Mariachiara GRIZZAFFI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">8</a>
26	015146	2024	582500251	<b>ESTETICA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Luisella FARINOTTI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">24</a>
27	015146	2025	582500991	<b>FONDAMENTA</b>	Non e' stato indicato il settore dell'attivita' formativa	Alberto MINGARDI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/02	<a href="#">48</a>
28	015146	2023	582500917	<b>FORME E PRATICHE DELLA CRITICA MUSICALE</b> <i>semestrale</i>	L-ART/07	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOMBARDI VALLAURI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-ART/07	<a href="#">48</a>
29	015146	2023	582500921	<b>IL COLORE NEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Elena GIPPONI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-a L. 240/10)</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>
30	015146	2025	582500988	<b>LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO</b> <i>semestrale</i>	L-ART/07	Stefania MANCUSO <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
31	015146	2025	582500988	<b>LA CONTEMPORANEITA' DELL'ANTICO</b> <i>semestrale</i>	L-ART/07	Roberto VECCHIONI <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
32	015146	2024	582500920	<b>LABORATORIO DI COPYWRITING</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/12	Giuseppe MAZZA <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
33	015146	2023	582500089	<b>LABORATORIO DI</b>	SPS/08	<b>Docente di</b>		<a href="#">48</a>

				<b>CREATIVITA' PUBBLICITARIA</b> <i>semestrale</i>		<b>riferimento</b> Guido CORNARA <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento</i> (art. 23 L. 240/10)		
34	015146	2023	582500915	<b>LABORATORIO DI EFFETTI SPECIALI CINEMATOGRAFICI</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Marcello Maria BARETTA		<a href="#">48</a>
35	015146	2023	582500900	<b>LABORATORIO DI GIORNALISMO</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	Marta Lucia ZANICHELLI <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
36	015146	2023	582500083	<b>LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/07	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOMBARDI VALLAURI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L- ART/07	<a href="#">48</a>
37	015146	2023	582500904	<b>LABORATORIO DI REGIA PUBBLICITARIA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/05	Federico BRUGIA		<a href="#">48</a>
38	015146	2024	582500908	<b>LABORATORIO DI REGIA TEATRALE</b> <i>semestrale</i>	L-ART/05	Fabio CHERSTICH <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
39	015146	2024	582500908	<b>LABORATORIO DI REGIA TEATRALE</b> <i>semestrale</i>	L-ART/05	Annamaria PEDRINI <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
40	015146	2024	582500910	<b>LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	<b>Docente di riferimento</b> Antonio SCURATI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL- LET/14	<a href="#">48</a>
41	015146	2025	582500989	<b>LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/10	Stefano D'ANDREA <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
42	015146	2025	582500526	<b>LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/10	Stefano D'ANDREA <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
43	015146	2025	582500526	<b>LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/10	Filippo PENNACCHIO <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	L-FIL- LET/11	<a href="#">48</a>
44	015146	2025	582500537	<b>LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Silvia BORSARI <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento</i> (art. 23 L. 240/10)		<a href="#">48</a>
45	015146	2025	582500536	<b>LABORATORIO DI</b>	L-ART/06	Silvia BORSARI		<a href="#">48</a>

				<b>SOCIAL MEDIA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>		<a href="#">CV</a> <i>Attività di insegnamento</i> (art. 23 L. 240/10)		
46	015146	2025	582500536	<b>LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Elisabetta RISI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">48</a>
47	015146	2025	582500537	<b>LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA</b> (modulo di LINGUAGGI DEL WEB) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Elisabetta RISI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">48</a>
48	015146	2023	582500897	<b>LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Irene GARAVAGLIA		<a href="#">48</a>
49	015146	2023	582500897	<b>LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Delia PARODO		<a href="#">48</a>
50	015146	2023	582500893	<b>LEADERSHIP AND CREATIVE THINKING</b> <i>semestrale</i>	ICAR/13	Francesco GALLI <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
51	015146	2023	582500913	<b>LETTERATURA E MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	<b>Docente di riferimento</b> Andrea CHIURATO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/14	<a href="#">72</a>
52	015146	2023	582500451	<b>LETTERATURA E MEDIA</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	Fabio VITTORINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-FIL-LET/14	<a href="#">72</a>
53	015146	2024	582500242	<b>LINGUA E CULTURA CINESE</b>	L-OR/21	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">80</a>
54	015146	2024	582500254	<b>LINGUA E CULTURA FRANCESE</b>	L-LIN/04	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">80</a>
55	015146	2024	582500257	<b>LINGUA E CULTURA RUSSA</b>	L-LIN/21	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">80</a>
56	015146	2024	582500255	<b>LINGUA E CULTURA SPAGNOLA</b>	L-LIN/07	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">80</a>
57	015146	2024	582500256	<b>LINGUA E CULTURA TEDESCA</b>	L-LIN/14	Scuola Superiore Per Mediatori		<a href="#">80</a>

Linguistici SSML  
"CARLO BO" [CV](#)

58	015146	2025	582500538	<b>LINGUAGGI DEL CINEMA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Gian Battista CANOVA <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
59	015146	2025	582500539	<b>LINGUAGGI DEL CINEMA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Gian Battista CANOVA <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
60	015146	2025	582500538	<b>LINGUAGGI DEL CINEMA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Girolamo GIANNERI <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
61	015146	2025	582500539	<b>LINGUAGGI DEL CINEMA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Girolamo GIANNERI <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
62	015146	2025	582500529	<b>LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA'</b> <i>semestrale</i>	SPS/09	<b>Docente di riferimento</b> Guido CORNARA <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		<a href="#">48</a>
63	015146	2025	582500528	<b>LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA'</b> <i>semestrale</i>	SPS/09	<b>Docente di riferimento</b> Guido CORNARA <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		<a href="#">48</a>
64	015146	2024	582500244	<b>MARKETING DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Cinzia SQUADRONE <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
65	015146	2023	582501002	<b>METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE</b> <i>semestrale</i>	SPS/07	Enrico IVALDI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-S/05	<a href="#">72</a>
66	015146	2023	582501001	<b>METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE</b> <i>semestrale</i>	SPS/07	Enrico IVALDI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-S/05	<a href="#">72</a>
67	015146	2023	582501002	<b>METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE</b> <i>semestrale</i>	SPS/07	Elisabetta RISI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">72</a>
68	015146	2023	582501001	<b>METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE</b> <i>semestrale</i>	SPS/07	Elisabetta RISI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">72</a>
69	015146	2024	582500912	<b>ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DEGLI EVENTI CULTURALI</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	Saverio MONNO <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>

70	015146	2024	582500902	<b>PEDAGOGIA GENERALE</b> <i>semestrale</i>	M-PED/04	<b>Docente di riferimento</b> Hagen LEHMANN <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M- PED/04	<a href="#">48</a>
71	015146	2024	582500898	<b>POESIA, CANZONE E RAP</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/11	Paolo GIOVANNETTI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-FIL- LET/11	<a href="#">48</a>
72	015146	2024	582500252	<b>PROFESSIONAL ENGLISH II</b>	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">120</a>
73	015146	2023	582500078	<b>PROFESSIONAL ENGLISH III</b>	L-LIN/12	Scuola Superiore Per Mediatori Linguistici SSML "CARLO BO" <a href="#">CV</a>		<a href="#">120</a>
74	015146	2024	582501004	<b>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING</b> <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Eleonora BRIVIO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M- PSI/05	<a href="#">48</a>
75	015146	2024	582501005	<b>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING</b> <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Eleonora BRIVIO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	M- PSI/05	<a href="#">48</a>
76	015146	2024	582501004	<b>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING</b> <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Vincenzo RUSSO <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	M- PSI/06	<a href="#">48</a>
77	015146	2024	582501005	<b>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING</b> <i>semestrale</i>	M-PSI/01	Vincenzo RUSSO <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	M- PSI/06	<a href="#">48</a>
78	015146	2023	582500080	<b>RACCONTARE LA CRONACA NEL WEB</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	Luca MASTRANTONIO <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
79	015146	2024	582500907	<b>RACCONTI D'ANIMAZIONE</b> <i>semestrale</i>	L-FIL-LET/14	<b>Docente di riferimento</b> Andrea CHIURATO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	L-FIL- LET/14	<a href="#">48</a>
80	015146	2023	582500076	<b>REPORTAGE TELEVISIVO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	<b>Docente di riferimento</b> Davide PRETI <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		<a href="#">24</a>

81	015146	2025	582500530	<b>SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI</b> <i>semestrale</i>	INF/01	Andrea CARIGNANI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	<a href="#">24</a>
82	015146	2025	582500531	<b>SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI</b> <i>semestrale</i>	INF/01	Andrea CARIGNANI <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	<a href="#">24</a>
83	015146	2025	582500531	<b>SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI</b> <i>semestrale</i>	INF/01	Vanessa GEMMO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	<a href="#">24</a>
84	015146	2025	582500530	<b>SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI</b> <i>semestrale</i>	INF/01	Vanessa GEMMO <a href="#">CV</a> <i>Professore Associato (L. 240/10)</i>	SECS-P/10	<a href="#">24</a>
85	015146	2025	582500545	<b>SOCIOLOGIA DEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	<b>Docente di riferimento</b> Andrea MICONI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">48</a>
86	015146	2025	582500546	<b>SOCIOLOGIA DEI MEDIA</b> <i>semestrale</i>	SPS/08	<b>Docente di riferimento</b> Andrea MICONI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	SPS/08	<a href="#">48</a>
87	015146	2024	582500906	<b>STORIA CONTEMPORANEA</b> <i>semestrale</i>	M-STO/04	<b>Docente di riferimento</b> Guido FORMIGONI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	M-STO/04	<a href="#">48</a>
88	015146	2024	582500237	<b>STORIA CONTEMPORANEA</b> <i>semestrale</i>	M-STO/04	<b>Docente di riferimento</b> Guido FORMIGONI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario</i>	M-STO/04	<a href="#">48</a>
89	015146	2024	582500906	<b>STORIA CONTEMPORANEA</b> <i>semestrale</i>	M-STO/04	Enrico PALUMBO <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-STO/04	<a href="#">48</a>
90	015146	2024	582500237	<b>STORIA CONTEMPORANEA</b> <i>semestrale</i>	M-STO/04	Enrico PALUMBO <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.-t.pieno (L. 79/2022)</i>	M-STO/04	<a href="#">48</a>
91	015146	2024	582500901	<b>STORIA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Stefano LOCATI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i>	L-ART/06	<a href="#">48</a>

- t.pieno (art. 24  
c.3-a L. 240/10)

92	015146	2024	582500241	<b>STORIA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Riccardo Roberto CACCIA <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
93	015146	2024	582500241	<b>STORIA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Elena GIPPONI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i> <i>- t.pieno (art. 24</i> <i>c.3-a L. 240/10)</i>	L- ART/06	<a href="#">24</a>
94	015146	2024	582500241	<b>STORIA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Rocco MOCCAGATTA <a href="#">CV</a>		<a href="#">24</a>
95	015146	2024	582500901	<b>STORIA DEL CINEMA</b> (modulo di STORIA E CULTURE DEL CINEMA) <i>semestrale</i>	L-ART/06	Rocco MOCCAGATTA <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
96	015146	2024	582500914	<b>STORIA DEL CINEMA</b> <b>ITALIANO</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di</b> <b>riferimento</b> Gian Battista CANOVA <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
97	015146	2024	582501003	<b>STORIA E</b> <b>LINGUAGGI DELLA</b> <b>TV</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di</b> <b>riferimento</b> Daniela CARDINI <a href="#">CV</a> <i>Professore</i> <i>Ordinario (L.</i> <i>240/10)</i>	L- ART/06	<a href="#">72</a>
98	015146	2024	582501010	<b>STORIA E</b> <b>LINGUAGGI DELLA</b> <b>TV</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di</b> <b>riferimento</b> Daniela CARDINI <a href="#">CV</a> <i>Professore</i> <i>Ordinario (L.</i> <i>240/10)</i>	L- ART/06	<a href="#">72</a>
99	015146	2024	582501010	<b>STORIA E</b> <b>LINGUAGGI DELLA</b> <b>TV</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Diletta CENNI		<a href="#">72</a>
100	015146	2024	582501003	<b>STORIA E</b> <b>LINGUAGGI DELLA</b> <b>TV</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Diletta CENNI		<a href="#">72</a>
101	015146	2024	582500896	<b>STORIA E TEORIA</b> <b>DELLA FOTOGRAFIA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Luisella FARINOTTI <a href="#">CV</a> <i>Professore</i> <i>Ordinario (L.</i> <i>240/10)</i>	L- ART/06	<a href="#">48</a>
102	015146	2024	582500896	<b>STORIA E TEORIA</b> <b>DELLA FOTOGRAFIA</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	Elena GIPPONI <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i> <i>- t.pieno (art. 24</i> <i>c.3-a L. 240/10)</i>	L- ART/06	<a href="#">48</a>
103	015146	2025	582500533	<b>TEATRO MODERNO</b>	L-ART/05	<b>Docente di</b>	L-	<a href="#">48</a>

				<b>E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>		<b>riferimento</b> Ester FUOCO <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i> <i>- t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	ART/05	
104	015146	2025	582500532	<b>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>	L-ART/05	<b>Docente di riferimento</b> Ester FUOCO <a href="#">CV</a> <i>Ricercatore a t.d.</i> <i>- t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	L-ART/05	<a href="#">48</a>
105	015146	2025	582500532	<b>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>	L-ART/05	<b>Docente di riferimento</b> Valentina GARAVAGLIA <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-ART/05	<a href="#">48</a>
106	015146	2025	582500533	<b>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>	L-ART/05	<b>Docente di riferimento</b> Valentina GARAVAGLIA <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L-ART/05	<a href="#">48</a>
107	015146	2025	582500533	<b>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>	L-ART/05	Nadia PALAZZO <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
108	015146	2025	582500532	<b>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL CORPO E DELLA VOCE) <i>semestrale</i>	L-ART/05	Nadia PALAZZO <a href="#">CV</a>		<a href="#">48</a>
109	015146	2023	582500088	<b>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	<b>Docente di riferimento</b> Sandro Ivan BERNI <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		<a href="#">48</a>
110	015146	2023	582500911	<b>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	<b>Docente di riferimento</b> Sandro Ivan BERNI <a href="#">CV</a> <i>Attivita' di insegnamento (art. 23 L. 240/10)</i>		<a href="#">48</a>
111	015146	2023	582500088	<b>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	Francesco LO TORTO		<a href="#">48</a>

112	015146	2023	582500911	<b>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO</b> (modulo di LINGUAGGI DEL GIORNALISMO) <i>semestrale</i>	SPS/08	Francesco LO TORTO	<a href="#">48</a>	
113	015146	2023	582500899	<b>TV: MODELLI E PROFESSIONI</b> <i>semestrale</i>	L-ART/06	<b>Docente di riferimento</b> Daniela CARDINI <a href="#">CV</a> <i>Professore Ordinario (L. 240/10)</i>	L- ART/06 <a href="#">48</a>	
							ore totali	5616

Navigatore Repliche		
Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
PRINCIPALE		

Offerta didattica programmata

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica	24	12	12 - 24
	↳ SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ SISTEMI INFORMATIVI E TREND DIGITALI (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
	↳ ANALISI DEI TESTI MEDIALI (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
	↳ ANALISI DEI TESTI MEDIALI (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
Discipline sociali e mediologiche	SECS-P/01 Economia politica	30	24	24 - 42
	↳ ECONOMIA POLITICA E DEI MEDIA (3 anno) - 9 CFU - obbl			
	SPS/07 Sociologia generale			
	↳ METODOLOGIA E TECNICA DELLA RICERCA SOCIALE (3 anno) - 9 CFU - obbl			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	↳ LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl			
↳ LINGUAGGI DELLA PUBBLICITA' (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl				
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)</b>				
<b>Totale attività di Base</b>			36	36 - 66

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad

<p>Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione</p>	<p>L-ART/05 Discipline dello spettacolo</p> <hr/> <p>↳ <i>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>TEATRO MODERNO E CONTEMPORANEO (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE RADIOFONICA (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE RADIOFONICA (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione</p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DIGITALE (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>COMUNICAZIONE DIGITALE (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>LINGUAGGI DEL CINEMA (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>LINGUAGGI DEL CINEMA (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>ESTETICA DEL CINEMA (2 anno) - 3 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA DEL CINEMA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>MARKETING DEL CINEMA (2 anno) - 3 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>↳ <i>STORIA E LINGUAGGI DELLA TV (2 anno) - 9 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>L-ART/07 Musicologia e storia della musica</p> <hr/> <p>↳ <i>LABORATORIO DI MUSICA PER I MEDIA (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/> <p>SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi</p> <hr/> <p>↳ <i>LABORATORIO DI CREATIVITA' PUBBLICITARIA (3 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	<p>93</p>	<p>54</p>	<p>36 - 54</p>
<p>Scienze umane ed economico-sociali</p>	<p>M-PSI/01 Psicologia generale</p> <hr/> <p>↳ <i>PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA E NEUROMARKETING (2 anno) - 6 CFU - obbl</i></p> <hr/>	<p>36</p>	<p>27</p>	<p>24 - 30</p>

	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DEI MEDIA (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>SOCIOLOGIA DEI MEDIA (Gruppo 2) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	↳ <i>COMUNICAZIONE PUBBLICA E POLITICA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
	↳ <i>REPORTAGE TELEVISIVO (3 anno) - 3 CFU - obbl</i>			
	↳ <i>RACCONTARE LA CRONACA NEL WEB (3 anno) - 3 CFU - obbl</i>			
	↳ <i>TEORIA E TECNICHE DEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO (3 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	M-STO/04 Storia contemporanea	6	6	6 - 12
	↳ <i>STORIA CONTEMPORANEA (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)</b>				
<b>Totale attività caratterizzanti</b>			87	66 - 96

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
	IUS/04 Diritto commerciale			
	↳ <i>DIRITTO DELLA PROPRIETA' INTELLETTUALE (2 anno) - 6 CFU - obbl</i>			
Attività formative affini o integrative	L-FIL-LET/10 Letteratura italiana	21	21	18 - 24 min 18
	↳ <i>LABORATORIO DI SCRITTURA PER I MEDIA (Gruppo 1) (1 anno) - 6 CFU - semestrale - obbl</i>			
	L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate			
	↳ <i>LETTERATURA E MEDIA (3 anno) - 9 CFU - obbl</i>			
<b>Totale attività Affini</b>			21	18 - 24

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		18	12 - 18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	6 - 12
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	6 - 12
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 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	0 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-
<b>Totale Altre Attività</b>		<b>36</b>	<b>30 - 54</b>

**CFU totali per il conseguimento del titolo**

**180**

**CFU totali inseriti**

180

150 - 240

#### Navigatore Repliche

Tipo	Cod. Sede	Descrizione Sede Replica
------	-----------	--------------------------

PRINCIPALE



## Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



## Attività di base R<sup>AD</sup>

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	12	24	-
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/01 Economia politica SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro	24	42	-
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:</b>				-
<b>Totale Attività di Base</b>		36 - 66		



## Attività caratterizzanti R<sup>AD</sup>

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ICAR/13 Disegno industriale			
	L-ART/05 Discipline dello spettacolo			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione			
	L-ART/07 Musicologia e storia della musica			
	M-FIL/04 Estetica			
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	36	54	-
Scienze umane ed economico-sociali	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche			
	M-PED/01 Pedagogia generale e sociale			
	M-PSI/01 Psicologia generale			
	M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	SECS-P/02 Politica economica			
	SPS/07 Sociologia generale	24	30	-
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi			
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
	SPS/10 Sociologia dell'ambiente e del territorio			
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:</b>		-		
<b>Totale Attività Caratterizzanti</b>			66 - 96	



## Attività affini R<sup>AD</sup>

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



## Altre attività R<sup>AD</sup>

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	12	18	
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	12
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	12
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	6
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	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	6		
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-	

**Totale Altre Attività**

**30 - 54**



## Riepilogo CFU

R<sup>a</sup>D

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>180</b>
Range CFU totali del corso	150 - 240



## Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R<sup>a</sup>D



## Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

R<sup>a</sup>D

La classe L-20 delle lauree in Scienze della comunicazione ha come obiettivo qualificante la formazione di laureati destinati a operare presso i settori e i mercati (radio-televisivo editoriale, pubblicitario, dell'intrattenimento, fieristico-espositivo ecc...), e gli attori (imprese, enti pubblici, associazioni di categoria e territoriali, ecc...) che compongono il dinamico, variegato e integrato sistema comunicativo della società e dell'economia italiana ed europea.

Questi laureati devono possedere un background teorico e operativo comune, relativo all'organizzazione sociale, economica, politica e culturale dei processi di comunicazione nelle moderne e avanzate società e alle competenze tecnologico-linguistiche necessarie per interpretare questi processi e potervi operare.

Le 'cento e più professioni' interne ai processi comunicativi richiedono altresì – fin dal primo livello di formazione universitaria – uno specifico orientamento degli studenti a due grandi specializzazioni di fondo: la progettazione e gestione dell'attività comunicativa delle imprese e delle organizzazioni pubbliche e private e l'analisi della natura socio-economica e del modus operandi degli attori del sistema dei mezzi di comunicazione (stampa, televisione, radio, new-media).

L'Università IULM ha consolidato nel corso degli anni una storia di successo nell'offerta – ai giovani diplomati e spesso a operatori e professionisti – di due distinti ma integrati percorsi formativi di studi universitari di I livello che associano una comune formazione operativa e di base a una formazione specialistica funzionale alle due grandi aree delle professioni della comunicazione: la comunicazione d'impresa e il sistema dei media.

La nuova disciplina delle classi di laurea consente di perfezionare e consolidare ulteriormente – attraverso percorsi formativi differenziati originanti da un primo anno comune – questo orientamento di sperimentato successo dei due corsi di laurea 'storici' in Relazioni pubbliche e pubblicità e Scienze e tecnologie della comunicazione.



## Note relative alle attività di base

R<sup>a</sup>D



## Note relative alle attività caratterizzanti

R<sup>AD</sup>



## Note relative alle altre attività

R<sup>AD</sup>

L'intervallo nell'attribuzione dei CFU a scelta dello studente trova giustificazione, coerentemente agli indirizzi generali individuati dal CUN, nella possibilità di apportare modifiche non sostanziali ad un Corso di laurea, senza necessità di una nuova approvazione del relativo ordinamento, consentendo così all'Ateneo di adeguare, con maggiore flessibilità, la propria offerta formativa annuale alle esigenze emergenti dal sistema sociale, culturale ed economico..

Per la stessa ragione le attività per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c) potranno essere diversamente pesate ed articolate nell'ambito delle offerte formative annuali e/o dei differenti percorsi formativi, parimenti motivati dalle esigenze sopra descritte.