

Corso di studi in Strategic Communication

Classe di appartenenza LM - 59 Scienze della comunicazione, d'impresa e pubblicità

Lingua: Inglese

**REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO DI STUDI
PER LA COORTE DI IMMATRICOLATI NELL'ANNO ACCADEMICO 2019/2020**

Presentazione

Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication, interamente in lingua inglese, propone un percorso formativo in grado di sviluppare le competenze per i più importanti settori specialistici della comunicazione d'impresa, assieme alle competenze aziendalistiche e manageriali proprie della comunicazione strategica.

Con l'obiettivo di accentuare la propria vocazione internazionale, a partire dall'a.a. 2019-2020 il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication offre due opportunità di Dual Degree presso la Huddersfield University (UK) e la Cardiff Metropolitan University (UK). A queste si aggiungono ulteriori opportunità di scambio con Università all'estero.

Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Laurea magistrale in Strategic Communication, coniuga insegnamenti tecnico-specialistici della comunicazione con contenuti più orientati a sviluppare quelle competenze trasversali utili ai laureati per interpretare il contesto e orientarsi in un ambiente globale interconnesso e in continuo divenire, come quello nel quale le organizzazioni oggi operano.

Il Corso di Laurea in Strategic Communication si propone quindi di formare laureati in grado di ricoprire ruoli professionali e manageriali di rilievo, sia nelle direzioni comunicazione di imprese e organizzazioni, sia all'interno di agenzie internazionali di RP e comunicazione.

La Faculty è composta da docenti specializzati sui principali aspetti della comunicazione strategica, con significative esperienze di insegnamento all'estero, e da professori di rilevanza internazionale provenienti dagli Atenei che nel mondo hanno sviluppato percorsi formativi di eccellenza nel campo della comunicazione strategica. In particolare il Corso di Laurea si svolgerà in partnership con diverse Università straniere per consentire agli studenti di frequentare i corsi all'estero. Altri scambi internazionali saranno attivati per consentire agli studenti di accedere a corsi universitari tenuti presso Università europee e non solo.

Le modalità di insegnamento hanno un forte taglio pratico e project-based, basato sulla discussione in aula di letture e casi pratici, su business games e role-plays che consentano agli studenti di capire il reale funzionamento delle dinamiche organizzative e manageriali.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il corso di laurea mira ad accrescere la conoscenza e la comprensione dei comportamenti dei singoli individui e dei gruppi nell'ambito delle dinamiche organizzative. Gli studenti riceveranno stimoli, modelli e strumenti per conoscere e comprendere il contesto interno, l'ambiente organizzativo e le modalità di interazione tra i soggetti che ne fanno parte, in situazioni diverse come per esempio nella gestione dell'innovazione, del cambiamento, dell'identità o della reputazione aziendale. Verranno fornite le conoscenze per comprendere gli scenari e i contesti competitivi in cui le organizzazioni complesse oggi operano. Questo significa sviluppare capacità di analisi e di diagnosi delle sfide provenienti dal contesto esterno e interno, abilità di pianificazione e di progettazione di strategie e politiche comunicative; in linea con le scelte di posizionamento strategico; competenze di gestione delle relazioni con i diversi stakeholder. A questo proposito verranno sviluppate conoscenze nell'ambito della gestione delle relazioni con soggetti diversi, come per esempio clienti, istituzioni, stakeholder, pubblici tradizionali e digitali e abilità di comunicazione e di marketing. Le conoscenze di comunicazione sviluppate riguarderanno attività specifiche come per esempio la

comunicazione di crisi, la comunicazione della responsabilità sociale o CSR, la comunicazione finanziaria, la comunicazione interna. Infine il corso si propone di fornire conoscenze degli scenari e dei fenomeni sociali, politici e culturali al fine di sviluppare capacità manageriali di programmazione e gestione anche in contesti multiculturali. La valutazione dell'apprendimento avviene al termine del singolo insegnamento attraverso le verifiche formali che dovranno valutare il ventaglio di conoscenze apprese dal singolo studente e la capacità di comprendere dinamiche comunicative all'interno di contesti organizzativi articolati.

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

Attraverso modalità didattiche interattive ampiamente impiegate in contesti formativi internazionali, gli studenti verranno stimolati a lavorare in situazioni di alta complessità e incertezza organizzativa, sapendo gestire gli strumenti quali-quantitativi di ricerca e di analisi di contesto interno ed esterno, interpretando i dati ottenuti al fine di prendere decisioni all'interno di gruppi di lavoro. A tale proposito le modalità scelte saranno le seguenti: esercitazioni svolte in aula al fine di stimolare un'immediata comprensione dei principi teorici spiegati durante le lezioni frontali; laboratori di gruppo e individuali che prevedono la realizzazione di progetti più complessi finalizzati a integrare competenze e abilità di comunicazione, di management, di marketing, sociologici e di valutazione; laboratori in cui i partecipanti possono sperimentare ed effettuare test di analisi e di progettazione sui temi trattati a lezione. La valutazione dell'apprendimento avviene, anche in itinere, attraverso gli esercizi sui casi aziendali proposti in aula, i lavori di gruppo e individuali svolti dagli studenti all'interno del singolo insegnamento, i progetti realizzati anche in collaborazione con le aziende. Le verifiche formali al termine del singolo insegnamento dovranno valutare la capacità di saper applicare le competenze apprese dal singolo studente.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Gli insegnamenti previsti dal Corso di Laurea magistrale in Strategic Communication si caratterizzano per una didattica attiva e per una partecipazione attiva degli studenti. Questo avviene tanto nei laboratori, in cui gli studenti sono chiamati a partecipare attivamente, quanto nelle lezioni più tradizionali durante le quali gli studenti sono ugualmente chiamati a esprimersi e a dare il loro contributo. I docenti in tutte le occasioni d'aula sono chiamati a far percepire la complessità delle realtà descritte e ad abituare gli studenti a valutare tali realtà e a operare scelte in condizioni di incertezza. Gli studenti, a livello sia individuale sia di gruppo, sono chiamati a svolgere esercitazioni, simulazioni di ruolo, discussioni e analisi di casi aziendali e vengono stimolati alla valutazione delle diverse situazioni presentate, al problem solving e alla proposta di soluzioni originali. L'obiettivo delle diverse modalità di docenza ricordate è comunque rivolto a sviluppare negli studenti capacità di giudizio che devono a loro volta stimolare un'adeguata autonomia di giudizio nelle diverse circostanze in cui sono chiamati a esprimere delle valutazioni durante il loro percorso formativo prima e poi nella loro attività professionale.

Abilità comunicative (communication skills)

Le esercitazioni che gli studenti sono tenuti a svolgere nell'ambito degli insegnamenti e dei laboratori prevedono la presentazione di relazioni utili a sviluppare capacità di comunicare in modo chiaro e sintetico i risultati dei loro lavori e delle relative valutazioni. Agli studenti è richiesto di svolgere lavori individuali e di gruppo che si concludono con elaborati scritti che devono essere presentati in aula, spesso col supporto di slide. Particolare attenzione viene dedicata dai docenti alla valutazione non solo dei contenuti delle presentazioni ma anche delle modalità con cui vengono espone in modo che possono essere facilmente fruite dai diversi interlocutori, anche non specialisti.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Lo sviluppo delle capacità di apprendimento vengono stimolate attraverso la partecipazione attiva degli studenti ai laboratori, ai workshop professionali e alle presentazioni di studi di caso svolte dai professionisti e dai docenti che spesso richiedono elaborazioni e a volte un'attività di progettazione da parte degli studenti. L'obiettivo infatti è di stimolare sia capacità di apprendimento più tradizionali attraverso la comprensione e l'approfondimento dei contenuti proposti dai docenti e delle letture svolte, sia capacità di apprendimento più basate sul learning by doing attraverso la loro partecipazione a contesti di apprendimento attivo come quelli ricordati di workshop, laboratori e presentazioni di casi.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti

Il corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication ti consentirà di accedere ai livelli manageriali della professione sia nelle direzioni comunicazione delle organizzazioni complesse, sia nelle aree specialistiche di comunicazione interna, media relations, marketing communication, comunicazione finanziaria e comunicazione istituzionale.

Il corso prepara alle professioni di:

- ✓ Brand Communication Manager
- ✓ Communication specialist
- ✓ Crisis & Issue Manager
- ✓ Digital Communication Manager
- ✓ Global Reputation Manager
- ✓ Internal Communication Specialist
- ✓ Media Planner
- ✓ Public Affairs Manager
- ✓ Stakeholder relationship manager
- ✓ Strategic Communication Manager

Norme relative all'accesso

Il Corso di Laurea Magistrale in Strategic Communication è a numero programmato: per l'anno accademico 2019/2020 la Facoltà ha fissato a 100 i posti a disposizione per l'immatricolazione.

A partire **27 novembre 2018** potranno presentare domanda di ammissione tramite il [Seguente link](#) le seguenti tipologie di candidati:

- *laureati e laureandi interni*: laureati in *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa* o iscritti al Corso di laurea in *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa* per l'a.a. 2018/19 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2018/19 (ovvero entro il 31 dicembre 2019);
- *laureati e laureandi esterni*: laureati presso altri Atenei o presso IULM in Corsi diversi da *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa*; iscritti presso altri Atenei o presso IULM in Corsi diversi da *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa* per l'a.a. 2018/19 che prevedono di laurearsi entro la sessione autunnale dell'a.a. 2018/19 (ovvero entro il 31 dicembre 2019);
- *laureati stranieri*: cittadini italiani o stranieri (UE e/o extraUE) in possesso di titolo di ammissione di ordinamento straniero conseguito in Italia o all'estero. Verranno valutate caso per caso le carriere di studenti che prevedano di laurearsi entro il 31 dicembre 2019.

Requisiti curriculari di ammissione

La Segreteria studenti verificherà che il laureato o il laureando sia in possesso dei seguenti requisiti curriculari:

1. avere conseguito o stare per conseguire il **titolo di laurea triennale** in una delle seguenti **Classi di laurea (o equipollenti)** o titolo straniero equivalente:
 - L-1 Beni culturali
 - L-10 Lettere
 - L-11 Lingue e culture moderne
 - L-12 Mediazione linguistica
 - L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
 - L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
 - L-19 Scienze dell'educazione e della formazione
 - L-20 Scienze della comunicazione
 - L-24 Scienze e tecniche psicologiche
 - L-33 Scienze economiche
 - L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali
 - L-37 Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e la pace
 - L-40 Sociologia

oppure

per gli studenti che hanno conseguito o stanno per conseguire il **titolo di laurea triennale in classi diverse da quelle elencate al punto 1)** avere acquisito o stare per acquisire almeno **60 CFU in uno o più dei seguenti settori scientifico-disciplinari**:

- IUS/07, IUS/09
- L-LIN/12

- SECS-P/01, SECS P/02, SECS-P/03, SECS-P/05, SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, SECS-P/10, SECS-P/11, SECS-P/13
 - SPS/01, SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/11, SPS/12
 - SECS-S/01, SECS-S/02, SECS-S/03, SECS-S/04, SECS-S/05, SECS-S/06
 - MAT/05, MAT/06, MAT/08, MAT/09
 - M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06
 - INF/01
2. conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2: tutte le tipologie di candidati devono essere in possesso di almeno 12 CFU nel settore scientifico-disciplinare L-LIN/12 (maturati nella carriera precedente) e con media di voto non inferiore a 25/30, oppure possedere – da non più di tre anni - una certificazione linguistica internazionale che attesti il livello di conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2 (secondo lo standard del Common European Framework ad es. un punteggio incluso nell'intervallo 5.5-6.5 per IELTS; 87-109 per TOEFL iBT o analoghe certificazioni da valutare). Non sono invece ammesse eventuali attestazioni rilasciate dalle Università di provenienza che indichino il possesso del livello di conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2 sulla base degli esami sostenuti.

Sessioni di svolgimento dei test di ammissione e termini di presentazione della domanda di ammissione

- I sessione: **25 febbraio 2019 ore 10.00**
- II sessione: **13 maggio 2019 ore 10.00**
- III sessione: **1 luglio 2019 ore 10.00**
- IV sessione: **5 settembre 2019 ore 10.00** (solo in caso di disponibilità di posti residui o solo per studenti extra-UE)

La domanda di ammissione dovrà essere presentata entro:

- I sessione: 20 febbraio 2019
- II sessione: 8 maggio 2019
- III sessione: 26 giugno 2019
- IV sessione: 30 agosto 2019

Gli studenti che non abbiano superato il test in una sessione potranno candidarsi in una delle successive facendone esplicita richiesta alla Segreteria studenti.

Criteri di ammissione

Laureati e laureandi interni: i laureati in *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa* con media aritmetica dei voti degli esami (non la votazione di laurea, ma il voto medio di presentazione all'esame di laurea) almeno pari a **25/30** e gli studenti del Corso di laurea in *Relazioni pubbliche e comunicazione d'impresa* in possesso di almeno 110 CFU verbalizzati alla data del 15 febbraio 2019 e con media aritmetica dei voti degli esami almeno pari a **25/30** **che presenteranno domanda di ammissione per la prima e la seconda sessione saranno inseriti (senza sostenere alcun test) in una graduatoria di ammissione ordinata in base alla media aritmetica dei voti**, considerando:

- per i laureandi, la media aritmetica dei voti degli esami verbalizzati al 15 febbraio 2019;
- per i laureati, la media aritmetica di laurea espressa in trentesimi (voto medio di presentazione all'esame di laurea).

Gli studenti interni in possesso dei suddetti requisiti devono essere in possesso anche del requisito linguistico di cui al punto 2 (*conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2: almeno 12 CFU nel settore scientifico-disciplinare L-LIN/12 (maturati nella carriera precedente) e con media di voto non inferiore a 25/30, oppure certificazione linguistica internazionale che attesti il livello di conoscenza della lingua inglese almeno a livello B2: 5.5-6.5 per IELTS; 87-109 per TOEFL iBT*).

Verranno ammessi i candidati in graduatoria fino al numero corrispondente al contingente riservato agli studenti interni, il cui numero di posti verrà comunicato la settimana precedente al test.

Gli studenti interni in difetto dei predetti requisiti di merito (ovvero che non abbiano acquisito almeno 110 CFU e/o con media dei voti inferiore a 25/30 al 15 febbraio 2019) sosterranno il medesimo test di ammissione previsto per gli studenti esterni e, se lo supereranno, verranno inclusi nella medesima graduatoria degli studenti esterni (si veda più sotto).

Gli studenti interni coinvolti in periodi di mobilità internazionale nel primo semestre che intendono partecipare al test della prima sessione dovranno segnalarlo all'atto della presentazione della domanda di ammissione, onde potere tenere conto (ai fini della verifica del requisito del possesso dei 110 CFU) dei CFU conseguiti all'estero in attesa di riconoscimento.

Nelle sessioni successive alla seconda (previa disponibilità dei posti) anche gli studenti interni sosterranno il medesimo test di ammissione previsto per gli studenti esterni, e verrà di conseguenza definita una unica graduatoria, basata sull'esito del test.

Laureati e laureandi esterni: è previsto un test di ammissione. I candidati che supereranno il test verranno inseriti in una graduatoria di ammissione basata sull'esito della prova. A parità di esito del test i candidati ammissibili saranno ordinati:

- se laureandi in base alla media aritmetica della votazione ottenuta per gli esami verbalizzati fino al 15 febbraio 2019. A tal fine ai candidati esterni sarà richiesto un certificato degli esami sostenuti o autocertificazione, da trasmettere contestualmente alla domanda di ammissione;
- se laureati, in base al voto di laurea convertito in trentesimi.

Verranno ammessi i candidati in graduatoria fino al numero corrispondente ai posti disponibili per ogni sessione.

Laureati stranieri: è previsto un colloquio individuale (da effettuarsi anche a distanza e non necessariamente nelle date previste nelle sessioni), il cui esito è un giudizio di idoneità o non idoneità. Agli studenti stranieri idonei verranno assegnati, fuori graduatoria, i posti disponibili per i candidati esterni nella prima sessione o della graduatoria unica nelle successive sessioni. Potrà concorrere per gli elementi di giudizio di idoneità o non idoneità il possesso del GMAT o del GRE che i candidati sono invitati a presentare.

Conferma dell'iscrizione

L'immatricolazione è confermata con il pagamento della prima rata.

Gli ammessi nella prima sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **15 marzo 2019**.

Per gli studenti interni iscritti per l'a.a. 2018/19 al terzo anno dei Corsi di laurea, candidati per la prima sessione di test dei Corsi di laurea magistrale per l'a.a. 2019/20, la scadenza per il versamento della terza rata dell'a.a. 2018/19 è posticipata al 12 aprile 2019 anziché al 31 marzo 2019.

Gli ammessi nella seconda sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **31 maggio 2019**.

Gli ammessi nella terza sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **26 luglio 2019**.

Gli ammessi nella quarta sessione dovranno perfezionare l'immatricolazione entro il **13 settembre 2019**.

Per gli studenti non ancora in possesso del diploma di laurea l'immatricolazione è da considerarsi "con riserva" fino al conseguimento del titolo. Gli ammessi "con riserva" sono tenuti a comunicare l'esito e la votazione dell'esame di laurea non appena gli stessi verranno resi noti e comunque entro e non oltre il 31 dicembre 2019.

Agli studenti che non perfezioneranno l'iscrizione per mancato ottenimento del titolo di laurea triennale entro il 31 dicembre 2019 l'iscrizione verrà annullata d'ufficio. In nessun caso è previsto il rimborso della prima rata versata.

Modalità di svolgimento del test e bibliografia consigliata per la preparazione al test

La prova di ammissione verterà sui temi di Statistica di base e Marketing, e consiste in una prova scritta composta da due domande a risposta aperta, oltre a un colloquio orale nella medesima data.

Sia la prova scritta sia il colloquio orale saranno tenuti in lingua inglese.

Il test di ammissione può essere preparato studiando i due testi suggeriti di seguito oppure altri manuali simili delle stesse discipline.

Testi suggeriti per il test di ammissione

Kerin R., Hartley S., Rudelius W., Marketing, McGraw-Hill (edizione 12 oppure più recente)

Sullivan M., Fundamentals of Statistics (ch 1 – ch 4), Pearson (2014).

Statistica di base

Sullivan M., Fundamentals of Statistics (ch 1 – ch 4), Pearson.

Candidati con disabilità

Al fine di garantire pari opportunità nello svolgimento delle prove, i candidati in possesso di un certificato di invalidità civile e/o riconoscimento dello stato di handicap ex legge 104/92 che necessitino di tempo aggiuntivo e/o di specifici ausili dovranno presentare, almeno una settimana prima dello svolgimento della prova, apposita istanza inviando una mail al servizio diversAMENTE diversamente@iulm.it.

In fase di presentazione della domanda di ammissione on line dovranno caricare la documentazione, rilasciata a norma di legge, scansionata in formato pdf.

Candidati con DSA

Al fine di garantire pari opportunità per svolgimento prova, i candidati in possesso di certificazione DSA ex legge 170/2010 che necessitino di tempo aggiuntivo o specifici ausili dovranno presentare apposita istanza, almeno una settimana prima dello svolgimento della prova, inviando una mail al servizio diversAMENTE diversamente@iulm.it

In fase di presentazione della domanda di ammissione on line dovranno caricare la documentazione, rilasciata a norma di legge, scansionata in formato pdf.

Organizzazione del Corso di laurea

Il corso di laurea si articola in un solo curriculum che prevede l'attribuzione di crediti formativi.

Piano degli studi

I ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA	CFU
Strategy and Management	SECS-P/07	<i>Caratterizzante</i>	9
Organizational Behaviour & Neuromanagement	SECS-P/10	<i>Caratterizzante</i>	6
Strategic & entrepreneurial communication	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	9
Brand, Identity & Reputation	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	12
Digital Communication management	SPS/08	<i>Caratterizzante</i>	12
Content management & corporate storytelling	L-FIL-LET/11	<i>Affine</i>	6

Attività formative a scelta		<i>Altre attività formative</i>	6
-----------------------------	--	---------------------------------	----------

II ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA	CFU
Stakeholder Relationship Management			12
<i>Issues & Crisis communication</i>	SECS-P/08	<i>Caratterizzante</i>	6
<i>Public Affairs & Digital Advocacy</i>	IUS/10	<i>Caratterizzante</i>	6
Communication Measurement & Data Analysis	SECS-S/05	<i>Caratterizzante</i>	6
Corporate Social Responsibility & Communication	M-FIL/03	<i>Affine</i>	6

Internal communication and change management	SPS/08	<i>Caratterizzante</i>	6
Financial communication and Investor relations	SECS-P/07	<i>Caratterizzante</i>	6
Attività formative a scelta		<i>Altre attività formative</i>	6
Field project/stage		<i>Altre attività formative</i>	6
PROVA FINALE - <i>Thesis</i>		<i>Altre attività formative</i>	12

Per l'acquisizione dei 12 CFU non vincolati lo studente può scegliere, prioritariamente, fra i seguenti insegnamenti a scelta consigliati:

ATTIVITA' FORMATIVE A SCELTA

ATTIVITA' FORMATIVE A SCELTA CONSIGLIATE ATTIVATE NELL'A.A. 2019/2020	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA	CFU
Corporate anthropology for communication	M-DEA/01	A scelta	3
Creative Leadership	ICAR/13	A scelta	3
Digital markets	SECS-P/10	A scelta	6
Entrepreneurship and Innovation for Creativity and Start up	SECS-P/08	A scelta	6
Fashion Communication	SPS/08	A scelta	6
Management of Design	SECS-P/07	A scelta	6
Mind, media and modern culture	M-FIL/01	A scelta	6
Retail & Branded Places Design	ICAR/17	A scelta	6
Visual narratives for business	SPS/08	A scelta	6

o la possibilità di opzionare non più di un insegnamento attivato presso Corsi di laurea magistrale, diversi dal proprio, della stessa o di altre Facoltà.

L'approvazione dei piani di studio individuali è subordinata all'esame da parte di specifiche Commissioni referenti, a ciò delegate dai Consigli delle strutture didattiche interessate, e che fungono altresì da strutture di orientamento in materia. Lo studente, nel caso in cui la sua proposta non sia ritenuta approvabile, ha diritto ad essere ascoltato dalla Commissione.

Tipologie e forme didattiche

Gli insegnamenti sono impartiti mediante lezioni di tipo frontale che possono essere integrate da esercitazioni, seminari e/o corsi integrativi. Alcuni dei corsi saranno suddivisi in un modulo generale più teorico e in una parte più operativa tenuta da professionisti esterni.

Frequenza

Non sono previsti specifici obblighi di frequenza, anche se la frequenza è fortemente consigliata. Il corso è stato progettato pensando ad una completa frequenza da parte degli studenti.

Modalità di verifica del profitto

La modalità di verifica del profitto è regolamentata dall'art. 18 del Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

1. Le Facoltà disciplinano le modalità di verifica del profitto dirette ad accertare l'adeguata preparazione degli studenti iscritti ai corsi di studio, ai fini della prosecuzione della loro carriera scolastica e della acquisizione da parte loro dei crediti corrispondenti alle attività formative seguite. Tali accertamenti, sempre individuali, devono avere luogo in condizioni che garantiscano l'approfondimento, l'obiettività e l'equità della valutazione in rapporto con l'insegnamento o l'attività seguita e con quanto esplicitamente richiesto ai fini della prova.
2. Gli accertamenti possono dare luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione o non approvazione (test di idoneità).
3. Le prove di valutazione del profitto possono essere orali e/o scritte, anche con l'ausilio di supporti informatici purché non integralmente sostitutivi delle prove. In caso di valutazione del profitto basata su prova scritta e prova orale, l'esito della prima non può essere preclusivo della seconda. In caso di valutazione del profitto basata su sola prova scritta, lo studente ha diritto di richiedere una ulteriore valutazione orale. In ogni caso, deve essere garantita la pubblicità delle prove, se orali, e la possibilità dello studente di prendere visione dell'elaborato relativo alla prova scritta.
4. In ogni anno di corso sono previste tre sessioni di esami di profitto. È quindi esclusa la possibilità di svolgere esami al di fuori delle suddette sessioni o registrare esiti d'esami sostenuti in periodi precedenti.
5. Non è consentito ripetere un esame di profitto verbalizzato con esito positivo.
6. La votazione finale dell'esame di profitto è espressa in trentesimi e l'esame si intende superato se la votazione finale è almeno pari a 18/30. La Commissione, in aggiunta al punteggio massimo di 30/30, può concedere la lode all'unanimità.
7. Qualora lo studente si sia ritirato o non abbia conseguito una valutazione di sufficienza, la relativa annotazione è riportata nel registro dei verbali degli esami di profitto e nella carriera scolastica dello studente ed è evidenziata negli atti trasmessi alle Commissioni degli esami di laurea, senza incidere sulla media finale.

Organizzazione delle attività didattiche e appelli d'esame

L'organizzazione della didattica è su base semestrale.

Il calendario didattico è pubblicato sul portale dell'università alla pagina

<http://www.iulm.it/wps/wcm/connect/iulmit/iulm-it/Studiare-alla-IULM/Calendario-Didattico>

L'orario delle lezioni e gli appelli d'esame nella pagina

<http://aule.iulm.it/PortaleStudentiIulm/>

Modalità di svolgimento delle attività didattiche

Corso di 24 ore (3 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di un ciclo didattico.
Corso di 48 ore (6 CFU)	2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 72 ore (9 CFU)	3/4 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 3/4 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre.
Corso di 96 ore (12 CFU)	4/5 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 4/5 giorni all'interno di due cicli didattici dello stesso semestre o 2/3 lezioni settimanali di 2 ore accademiche, distribuite su 2/3 giorni in entrambi i semestri.

Esami di profitto

I ^a sessione	dall'8 gennaio all'8 febbraio 2020 (2 appelli)
II ^a sessione	dal 18 maggio al 30 giugno 2020 (3 appelli)
III ^a sessione	dal 27 agosto al 19 settembre 2020 (2 appelli)
IV ^a sessione A.A. 2019/2020 per	dall'11 gennaio al 5 febbraio 2021 (2 appelli)

studenti in debito d'esami

Per specifiche esigenze didattiche - opportunamente motivate dai Docenti - il Preside può autorizzare modalità di svolgimento delle attività didattiche diverse da quelle previste dal suddetto format.

Tesi di Laurea

Il conseguimento della laurea magistrale in Strategic Communication richiede la redazione e la discussione di una tesi di laurea individuale con contenuti di analisi e di ricerca sia teorica sia operativa.

La tesi di laurea dovrà essere redatta e discussa in lingua inglese.

Il candidato dovrà dimostrare tanto la conoscenza dei fondamenti delle discipline fondanti il corso di studi, quanto la capacità di applicare tale conoscenza nei diversi ambiti che caratterizzano i campi di ricerca e professionali della comunicazione strategica.

Il tema della tesi di laurea, scelto di concerto con uno dei docenti del corso di laurea, dovrà essere pertinente con il percorso di studi magistrale.

La tesi dovrà prevedere un inquadramento teorico e una trattazione esauriente del tema con riferimenti a una letteratura scientifica aggiornata e con taglio internazionale.

La tesi di Laurea magistrale, corrispondente a 12 CFU, deve presentare un livello di complessità, approfondimento e originalità nettamente superiori a quanto richiesto per la prova finale della laurea triennale.

L'elaborato dovrà dimostrare la capacità dello studente di utilizzare criticamente gli strumenti e le conoscenze acquisite durante il percorso formativo attraverso l'analisi di una tematica coerente al percorso stesso e al corpus disciplinare di riferimento, anche sviluppando una parte empirica.

Per la parte empirica il candidato può svolgere una ricerca sul campo caratterizzata da rigore metodologico oppure focalizzarsi su un progetto in campi pertinenti il percorso di laurea magistrale. In entrambi i casi è richiesto un contributo personale con evidenti elementi di originalità nella ricerca svolta.

L'elaborato, una volta approvato dal relatore, viene valutato da una commissione secondo quanto previsto dal Regolamento Didattico di Ateneo. Sarà apprezzato il respiro internazionale del lavoro di tesi, nonché l'autonomia del percorso di ricerca.