

**Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM
Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità**

**Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità
Classe di appartenenza L-20 Scienze della comunicazione
Nome inglese del corso: Communication, media and advertising**

REGOLAMENTO DIDATTICO – ANNO ACCADEMICO 2017/2018

Presentazione

Trasferire informazioni, conoscenze, competenze, emozioni. Elaborare e condividere strategie. Costruire reti. Far circolare progetti e idee. Mettere in comune. Un percorso formativo che ha l'obiettivo di rendere gli studenti dei professionisti della comunicazione.

Gli iscritti al Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità imparano a declinare i contenuti della comunicazione dentro le specificità linguistiche e relazionali dei vecchi e dei nuovi media, oltre che nei processi creativi del linguaggio pubblicitario.

Il percorso formativo è programmato in modo da alternare e bilanciare il sapere con il saper fare: un'eccellente e approfondita preparazione teorica nelle aree disciplinari di riferimento è completata e integrata da attività laboratoriali che consentono allo studente di verificare sul campo ciò che va apprendendo sul piano teorico-critico.

I docenti sono in parte accademici di chiara fama, in parte noti e affermati professionisti che generosamente dedicano parte del loro tempo alla formazione delle giovani generazioni.

Attenta alle esigenze continuamente mutevoli di un mercato del lavoro ricco di opportunità suggestive, ma anche difficile e complesso, la Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità di cui il Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità fa parte, ambisce ad essere dinamica e flessibile, orgogliosa della propria tradizione ormai più che collaudata, ma anche aperta e disponibile ad esplorare sempre nuove strade, nella convinzione che la comunicazione (comunque la si intenda) è sempre più la forma-chiave delle attività e delle relazioni umane nella complessità del mondo contemporaneo globalizzato.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità, nella classe delle lauree in Scienze della comunicazione, si prefigge come obiettivo precipuo la formazione di giovani laureati con una solida preparazione nella comunicazione attraverso i canali mediatici di riferimento, fondata sull'utilizzo delle tecnologie multimediali e di interazione. Lo studio del cinema, del teatro, della musica, della televisione e della pubblicità, nei contesti storici, estetici, giuridici, linguistici e semiotici di riferimento, verrà veicolato attraverso una prospettiva inserita in un quadro socio-economico contemporaneo e collegato con lo scenario dei new media affermatosi con l'avvento della rivoluzione digitale. Inoltre, la conoscenza della struttura dei linguaggi massmediologici, unita a un'approfondita preparazione nella lingua inglese e una preparazione intermedia in una seconda lingua straniera, consentiranno al neolaureato di sviluppare una capacità di analisi ponderata dei mercati internazionali e comunitari.

La quota riservata a disposizione dello studente per lo studio personale o per altre attività formative di tipo individuale è pari al 68% dell'impegno orario complessivo, salvo nel caso in cui siano previste attività formative ad elevato contenuto sperimentale o pratico.

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Conoscenza delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione, oltre che comprensione delle dinamiche e delle tendenze insite nella stessa, attraverso un insieme di insegnamenti sia di base (in particolare nei settori SPS/08 e M-FIL/05), sia specialistici (oltre ai settori già richiamati, anche nei settori L-ART/06, M-PSI/01, M-STO/04) in grado di trasferire tali conoscenze per mezzo di lezioni, studio di testi avanzati, letture integrative ed interventi di operatori impegnati nei mercati di riferimento.

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

Capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, attraverso un utilizzo degli strumenti appresi in modo attivo, per l'elaborazione e la gestione delle problematiche inerenti il mondo della comunicazione, dei mass-media, dello spettacolo e della pubblicità, secondo lo sviluppo tecnologico e l'articolazione sociologica di riferimento. Il perseguimento di tale obiettivo è garantito dall'attivazione, in aree disciplinari quali SECS-P/08, INF/01, ICAR/13 e L-ART/06, di attività di laboratorio che consentano agli studenti di sperimentare attivamente l'uso e l'applicazione delle conoscenze via via acquisite.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Capacità di analisi e di esegesi critica delle tematiche inerenti la comunicazione, i media, le tecnologie ed i linguaggi massmediali contemporanei, con particolare abilità nel contestualizzare tali problematiche all'interno delle dinamiche di cambiamento sociali, tecnologiche e culturali.

Il perseguimento di tale obiettivo è garantito sia attraverso lo stimolo di autonome capacità di analisi e di interpretazione critica (in particolare con gli insegnamenti afferenti ai settori INF/01, SPS/07, L-ART/05, L-ART/07), sia con l'articolazione di esercitazioni negli insegnamenti che sviluppino le conoscenze specifiche del Corso di laurea (in particolare con gli insegnamenti afferenti ai settori SPS/08, SPS/09, L-ART/06).

Abilità comunicative (communication skills)

Le abilità comunicative saranno sviluppate attraverso la frequenza di laboratori e lo svolgimento di esercitazioni che, oltre alle finalità di sviluppare capacità applicative ed autonomia di giudizio, consentiranno allo studente di imparare a trasferire ad altri, anche non specialisti, le proprie conoscenze e le proprie idee. Tali abilità non saranno garantite solo per la lingua italiana, ma anche per la lingua inglese e per una seconda lingua straniera per tutte le tematiche inerenti il Corso di studio, con particolare riferimento alla comunicazione, alla pubblicità, ai mass-media e alle forme di comunicazione e di scrittura multimediali (in particolare il laboratorio afferente al settore ICAR/13).

Capacità di apprendimento (learning skills)

Oltre che finalità perseguita dagli insegnamenti curriculari attraverso opportune modalità di docenza e di verifica, lo sviluppo delle capacità di apprendimento autonomo costituisce l'obiettivo specifico della prova finale, al tempo stesso strumento di verifica delle conoscenze acquisite dallo studente e prima occasione per impiegarle nella produzione di nuove.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

I laureati in Comunicazione, media e pubblicità lavoreranno in settori ideativi e propositivi nelle aziende che operano nel settore delle comunicazioni (editoria, televisione, new media, radio, cinema, televisione). Ma le prospettive comprendono anche il settore pubblicitario, la comunicazione istituzionale e l'organizzazione di eventi o attività culturali.

Il corso prepara alle professioni di

- Account executive (agenzia di pubblicità)
- Addetto alla comunicazione pubblica
- Addetto di comunicazione multimediale e tv interattiva
- Addetto stampa
- Analista dei pubblici e dei trend dello spettacolo e dei media
- Animatore culturale nel campo dello spettacolo
- Assistente di produzione per tv, web tv e case cinematografiche
- Communication designer per progetti di spettacolo multimediale
- Community manager
- Copywriter
- Curatore e organizzatore di eventi spettacolari (cinema, teatro, tv)
- Esperto di comunicazione multimediale applicata al cinema e alla Tv
- Esperto di comunicazione sociale
- Event manager
- Giornalista di cultura e spettacolo
- Manager dello spettacolo
- Media Planner
- Redattore di contenuti per i new media
- Sales account
- Strategic planner
- Tecnico grafico pubblicitario
- Web account manager
- Web advertiser
- Web content manager
- Web marketing manager

Norme relative all'accesso

Il Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità è a numero programmato: per l'anno accademico 2017/2018 la Facoltà ha fissato a 520 i posti a disposizione per l'immatricolazione.

Per poterti iscrivere è necessario il diploma di maturità o un altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto dall'Ateneo. Saranno richieste buone conoscenze linguistiche, un'adeguata capacità espressiva scritta e orale, e una discreta conoscenza della lingua inglese.

Per valutare il livello iniziale di preparazione l'Università prevede un test valutativo obbligatorio che si svolgerà nei mesi di luglio e di settembre, in una data comunicata dalla segreteria studenti.

Se l'esito del test non è positivo, saranno assegnate delle attività da recuperare entro il primo anno di iscrizione. Il test ed eventuali recuperi sono pensati per rendere migliore la preparazione e restare al passo con gli studi. Nel caso in cui il test abbia evidenziato qualche lacuna, l'Università affiancherà un tutor didattico. La presenza del tutor è un'occasione unica di confronto e sostegno che ciascuno studente potrà cogliere nell'arco del proprio percorso di studi.

Organizzazione del Corso di laurea

Il Piano degli Studi del Corso di laurea in Comunicazione, media e pubblicità è articolato in tre anni di corso, durante i quali lo studente deve acquisire 180 CFU (crediti formativi universitari) e comprende attività formative e laboratori vincolati, attività formative a scelta e la prova finale.

Il credito formativo universitario (CFU) rappresenta l'unità di misura del lavoro richiesto ad uno studente per ogni attività svolta al fine di conseguire un titolo di studio universitario.

Il lavoro di un anno corrisponde convenzionalmente a 60 crediti circa. Ad esempio, per l'attività formativa tipica, che è il corso di insegnamento cui segue un esame che valuta la qualità e quantità dell'apprendimento, il lavoro svolto dallo studente consisterà naturalmente nelle ore di lezioni frontali e di didattica integrativa richieste dal corso d'insegnamento, cui vanno aggiunte le ore di studio personale o comunque di impegno individuale non formalizzato. I crediti si acquisiscono con il superamento degli esami o altre forme di verifica del profitto.

Per conseguire la laurea, lo studente deve acquisire 180 crediti con il superamento degli esami e il conseguimento delle idoneità previsti dal Piano degli studi relativamente a:

1. attività formative e laboratori vincolati;
2. attività formative a scelta dello studente;
3. la prova finale.

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
Sociologia dei media	SPS/08	Di base	9
Lo spettacolo nella società multimediale			12
Fondamenti di teatro moderno e contemporaneo	L-ART/05	Caratterizzante	6
Laboratorio di comunicazione radiofonica	L-ART/06	Caratterizzante	6
Mass media, new media e società delle reti			12

La comunicazione multimediale	SPS/08	Caratterizzante	6
Laboratorio di scritture multimediali e web design	ICAR/13	Affine	6
Information and Communication Technology	INF/01	Di base	6
Linguaggi e strategie della comunicazione pubblicitaria	SPS/09	Di base	6
Linguaggi del cinema e della TV	L-ART/06	Caratterizzante	6
Semiotica	M-FIL/05	Di base	6
Professional English I	L-LIN/12	Di base	6

II ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA	CFU
Storia contemporanea	M-STO/04	Caratterizzante	6
Teorie e tecniche del linguaggio televisivo	SPS/08	Caratterizzante	6
Storia ed estetica del cinema	L-ART/06	Caratterizzante	9
Psicologia della comunicazione audiovisiva	M-PSI/01	Caratterizzante	6
Metodologia e tecnica della ricerca sociale	SPS/07	Di base	9
Professional English II	L-LIN/12	Altre attività formative	6
Lingua e cultura seconda lingua straniera	L-LIN/04 L-LIN/07 L-LIN/14 L-LIN/21 L-OR/12 L-OR/21	Affine	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA		Altre attività formative	12
-----------------------------	--	--------------------------	-----------

III ANNO

ATTIVITÀ FORMATIVE VINCOLATE	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	TIPOLOGIA ATTIVITA' FORMATIVA	CFU
Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico	SPS/08	Caratterizzante	9
Letteratura e altri linguaggi			12
Letterature comparate	L-FIL-LET/14	Affine	6
Laboratorio di suono, immagine, racconto	L-ART/07	Caratterizzante	6
Linguaggi musicali			
Economia politica	SECS-P/01	Di base	9
Teoria e tecniche della comunicazione pubblica	SECS-P/08	Caratterizzante	9
Professional English III	L-LIN/12	Altre attività formative	6

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA		Altre attività formative	6
------------------------------------	--	--------------------------	----------

PROVA FINALE		Altre attività formative	6
---------------------	--	--------------------------	----------

Per l'acquisizione dei 18 CFU non vincolati lo studente può scegliere, prioritariamente, fra i seguenti insegnamenti a scelta consigliati:

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA CONSIGLIATE ATTIVATE NELL'A.A. 2017/2018	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	CFU
Laboratorio di advertising	SPS/08	6
Laboratorio di scrittura creativa	L-FIL-LET/14	6
Laboratorio di regia pubblicitaria	L-ART/05	6
Laboratorio di storytelling multimediale		6
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace	M-PSI/06	6
Laboratorio di giornalismo	SPS/08	6
Organizzazione e gestione degli eventi culturali e dello spettacolo	SPS/08	6
Letteratura e media	L-FIL-LET/11	6
Politiche pubbliche per le comunicazioni	SECS-P/08	6
Comunicazione, mass media e crimine	M-PSI/07	6
Etica ed economia	M-FIL/03	6
Elementi di demografia	SPS/07	6
Political discourse	L-LIN/01	6
Sociolinguistica	L-LIN/01	6
Gender Theory	M-FIL/01	6
Digital storytelling	L-LIN/10	6
Storia del cinema italiano	L-ART/06	6
Laboratorio di comunicazione non verbale e gestione dei conflitti	M-PSI/06	6
Laboratorio di regia teatrale	L-ART/05	6

ALTRE ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA ATTIVATE DALLA FACOLTÀ NELL'A.A. 2017/2018	SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	CFU
Business strategy	SECS-P/07	6
Retail marketing innovation	SECS-P/08	6
English for Communication and Public Relations	L-LIN/12	6
Digital media for Corporate Communication	SECS-P/08	6
Comunicazione sociale	SPS/11	6
Nozioni elementari di analisi quantitativa dell'informazione	MAT/05	6
Laboratorio di tecniche di comunicazione efficace (*)	M-PSI/06	6

Nell'individuazione delle attività a scelta, gli studenti avranno peraltro la possibilità di effettuare la loro opzione fra tutti gli insegnamenti a scelta attivati presso i Corsi di laurea di primo livello dell'Ateneo.

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.

Frequenza

Non sono previsti specifici obblighi di frequenza, anche se consigliata.

Modalità di verifica del profitto

Ciascun insegnamento può essere costituito da uno o più corsi/laboratori (moduli didattici). Il profitto può essere valutato anche in corso d'anno e per parte di moduli, secondo modalità riportate in ciascun programma o comunicate dai responsabili dei corsi/laboratori all'inizio delle lezioni, secondo quanto stabilito dalle strutture didattiche competenti. I crediti totali per ciascun insegnamento si intendono definitivamente acquisiti nel curriculum dello studente solo successivamente alla registrazione della valutazione complessiva finale.

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

1. Le strutture didattiche competenti 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. E' 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>

e l'orario delle lezioni nella pagina

http://orari.iulm.it/Orario/Didattica_IULM/2017-2018/index.html

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.

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.

Riconoscimento delle carriere pregresse degli studenti provenienti da rinuncia agli studi

Agli studenti iscritti al Corso di Laurea in Comunicazione, media e pubblicità, provenienti da rinuncia agli studi (alla IULM o in altro Ateneo), è possibile riconoscere la carriera pregressa in base ai seguenti criteri:

1. Corrispondenza in termini di CFU delle attività precedentemente svolte dallo studente comparate con quanto richiesto dal Corso di Studio;

2. Corrispondenza dei programmi dei corsi degli esami superati e verifica della non obsolescenza dei crediti precedentemente acquisiti. Possono essere riconosciuti solo quegli esami la cui data di superamento non sia superiore agli otto anni (solari) dalla data di richiesta di riconoscimento.

Riconoscimento dei periodi di studio effettuati all'estero

Le modalità per il riconoscimento delle attività formative effettuati all'estero è regolamentata dall'art. 19 del Regolamento Didattico di Ateneo che recita:

1. L'Università IULM favorisce gli scambi di studenti con Università straniere. Agli studenti sono fornite annualmente adeguate indicazioni ed informazioni sulle attività che possono essere svolte presso le sedi straniere e i relativi riconoscimenti.

2. Le attività svolte all'estero da studenti iscritti all'Ateneo anche nell'ambito di programmi di scambio con istituzioni universitarie straniere sono riconosciute valide ai fini della carriera scolastica e possono dare luogo all'acquisizione di crediti formativi, purché compiute nel rispetto delle norme di cui al presente articolo e delle determinazioni specifiche delle competenti strutture didattiche.

3. Possono essere riconosciute come attività di studio svolte all'estero:

- a) la frequenza di corsi di insegnamento;
- b) il superamento di esami di profitto, eventualmente da completare con prove integrative;
- c) le attività formative relative alla preparazione della prova finale per il conseguimento del titolo, e della tesi nel caso di corso di laurea magistrale, eventualmente usufruendo dell'assistenza di un docente straniero;
- d) le attività di laboratorio e quelle di tirocinio, secondo le determinazioni della competente struttura didattica.

4. Le modalità per il riconoscimento sono definite – con motivata delibera – dal Consiglio di Facoltà o dal Consiglio della struttura didattica competente.

5. Nella certificazione degli studi compiuti viene indicata anche l'attività svolta all'estero.

6. L'Università IULM può adottare, previo accordi a livello transnazionale con altre Università, curricula che concretizzino l'ipotesi di conseguimento di titoli di studio congiuntamente con altri Atenei Italiani e stranieri.

Prova finale

Alla fine del percorso formativo gli studenti devono produrre un proprio elaborato di ricerca che consenta loro di mettere alla prova quanto appreso nel corso degli studi, dimostrando il possesso di un'adeguata metodologia. L'elaborato consiste in uno scritto compreso orientativamente tra un minimo di 10.000 e un massimo di 20.000 parole, eventualmente integrato con immagini, filmati e altre appendici multimediali. Nello sviluppo dell'elaborato lo studente è assistito da un docente ufficiale che lo aiuta nella definizione del tema da svolgere, nell'impostarlo e nella relativa ricerca bibliografica e documentale. L'elaborato, una volta approvato dal docente, viene valutato da una commissione.