

Università	Università degli Studi di TORINO
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Nome del corso	Produzione e organizzazione della comunicazione e della conoscenza <i>adeguamento di: Produzione e organizzazione della comunicazione e della conoscenza (1004882)</i>
Nome inglese	Management of communication and knowledge
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	005510
Il corso é	trasformazione ai sensi del DM 16 marzo 2007, art 1 • Comunicazione per le istituzioni e le imprese (TORINO cod 6976)
Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico	04/05/2009
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	03/06/2009
Data di approvazione della struttura didattica	15/04/2009
Data di approvazione del senato accademico	17/04/2009
Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione	19/01/2009
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	06/05/2008 -
Modalità di svolgimento	convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	
Dipartimento di riferimento	Culture, politica e società
Altri dipartimenti	Economia Cognetti de Martiis Informatica
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	LETTERE e FILOSOFIA
Massimo numero di crediti riconoscibili	6 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	• Comunicazione pubblica e politica <i>approvato con D.M. del 04/05/2009</i>

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-59 Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

I laureati nei corsi delle lauree magistrali della classe devono:

- possedere le competenze per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione (eventi, campagne, servizi per la stampa e pubbliche relazioni);
- possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit;
- possedere abilità metodologiche idonee alla gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche e di organizzazioni del terzo settore;
- possedere le competenze necessarie per l'uso delle nuove tecnologie della comunicazione per la gestione dei processi di comunicazione delle imprese, delle organizzazioni pubbliche e non profit.
- possedere la padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre all'italiano.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono, con funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito del management della comunicazione per la gestione aziendale, la valorizzazione delle risorse umane, l'organizzazione e la gestione di strutture per le relazioni con il pubblico, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata, nell'ambito di enti pubblici, non profit e delle imprese.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di laurea magistrale della classe comprendono le seguenti competenze:

- conoscenza della lingua inglese fra i requisiti curriculari di accesso;
- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi della comunicazione e dell'informazione, con riferimento anche all'analisi dei media impiegati nella comunicazione delle imprese, degli enti pubblici e non profit;
- attività dedicate all'applicazione dei metodi propri della ricerca sulla comunicazione e sulla cultura organizzativa, sulle dinamiche di gestione nelle organizzazioni e sulle caratteristiche e stili di comportamento dei pubblici;
- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze e delle tecniche del lavoro creativo e di promozione e gestione dei piani di comunicazione integrata.

I curricula dei corsi di laurea magistrale della classe possono prevedere attività laboratoriali e/o di stage anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, aziende e organizzazioni non profit, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere).

Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270 (DM 31 ottobre 2007, n.544, allegato C)

Il criterio principale è un adeguamento dell'offerta formativa alla evoluzione di contenuti e metodologie della comunicazione pubblica e d'impresa che vede un ruolo sempre più centrale delle teorie e tecnologie informatiche nella diffusione di conoscenza nelle organizzazioni pubbliche e private e ai loro utenti e della comunicazione in generale che vede processi di convergenza sul web di altri mezzi di comunicazione, e un arricchimento delle applicazioni rilevanti per l'economia, i servizi pubblici, la cultura, l'ambiente e il territorio.

I profili formativi delle due lauree precedenti sono quindi stati integrati in un unico progetto, articolato al suo interno, prendendo atto di un'esperienza pluriennale di intreccio dei piani di studio delle due lauree, della necessità di un impiego più integrato ed efficiente delle risorse di docenza. Si tratta della LM in Comunicazione per le istituzioni e le imprese, attivata nella classe 67/s e trasformata, e della LM in Società della informazione nella classe 100/s, non più attivata.

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Il parere del Nucleo è favorevole.

La denominazione del corso è comprensibile e pertinente in relazione alle caratteristiche specifiche del percorso formativo. L'istituzione di più corsi della medesima classe è adeguatamente motivato, anche se l'alta sovrapposizione dei SSD tra i due corsi della stessa classe potrebbe non assicurare i 30 CFU di differenza necessari. La descrizione dei criteri di trasformazione da 509 a 270 è pertinente e adeguata. La descrizione della consultazione con le organizzazioni rappresentative è adeguata. La descrizione degli obiettivi formativi specifici è pertinente e adeguata. Le finalità dei percorsi formativi sono descritte in modo sintetico ma appropriato. Le descrizioni dei descrittori europei sono pertinenti ed essenzialmente adeguate. Nelle conoscenze in ingresso mancano i riferimenti alle modalità di accertamento dell'adeguatezza della preparazione personale, necessari anche in presenza dei requisiti curriculari. Dall'analisi del progetto formativo risultano le premesse per un'organizzazione interdisciplinare adeguata. Le caratteristiche della prova finale sono adeguatamente descritte. Gli sbocchi occupazionali risultano coerenti con gli obiettivi indicati.

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

Il giorno 6 maggio 2008, alle h. 10, presso la Sala Lauree della Facoltà di Lettere e filosofia si svolge l'incontro con le parti sociali. Alla riunione partecipano i Docenti referenti per i Corsi di studio riformati e le seguenti istituzioni ed enti: Fondazione Bricherasio, Castello di Rivoli Museo di Arte Contemporanea, Provincia di Torino, Direzione regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Piemonte, Centro Studi Africani, International Council of Museum. Il Preside introduce i criteri e le linee di trasformazione e istituzione dell'offerta formativa della Facoltà (riduzione della frammentarietà dei corsi, previsione di una comune formazione di base nei vari curricula, completamento dell'offerta di II livello).

La presentazione del percorso, derivante da trasformazione, evidenzia l'obiettivo perseguito: la formazione di un laureato magistrale in grado di governare e pianificare con autonomia processi di gestione della conoscenza e di comunicazione interna ed esterna di aziende private e pubbliche. Tale aspetto viene unanimemente apprezzato dalle parti intervenute, che rilevano inoltre l'adeguatezza dell'impianto a sviluppare particolari competenze sui processi che veicolano conoscenza e cultura a fini organizzativi, di servizio collettivo e di promozione di territori e di valori sociali, favorendo così sbocchi professionali coerenti.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

L'obiettivo formativo complessivo è formare un laureato in grado di governare e pianificare con autonomia processi di gestione della conoscenza e di comunicazione interna ed esterna di aziende private e pubbliche (es. aziende sociosanitarie, aziende di servizio pubblico locale, agenzie per il turismo e per la valorizzazione di beni culturali), nonché nella pubblica amministrazione e negli enti locali (nelle figure previste dalla L.150/2000), operando presso queste aziende e amministrazioni o nell'ambito di studi professionali che lavorano per esse. Intende sviluppare una particolare competenza sui processi che veicolano conoscenza e cultura a fini organizzativi, di servizio collettivo, e di promozione di territori e di valori sociali.

La laurea include tre percorsi:

- uno teorico/metodologico fortemente orientato ai modelli per diffondere nuove opportunità per un'economia della conoscenza e dell'informazione
- uno metodologico/progettuale per la comunicazione aziendale (d'impresa/pubblica/sociale), orientato alla innovazione nell'ambito delle organizzazioni, e in particolare alla progettazione di nuove strategie di gestione della conoscenza e comunicazione basate sulle ICT
- uno metodologico/progettuale legato alla innovazione nella gestione e comunicazione di conoscenze e simboli per lo sviluppo locale (promozione territori, sostenibilità ambientale, eredità culturale, turismo), sfruttando convergenze delle ICT con altri media.

A una base comune di corsi avanzati riguardanti l'architettura dei sistemi informativi e i processi e le metodologie di gestione della conoscenza, l'economia della conoscenza e dell'innovazione, la teoria e metodologia della ricerca sociale applicata, nei settori INF/01, SECS-P01,02 e SEC-P07,08, SSPS/07 e affini, segue un'articolazione in tre percorsi che approfondiscono: a) metodologie per l'economia della conoscenza; b) ict per la comunicazione di imprese e servizi collettivi; c) gestione della comunicazione e della conoscenza per lo sviluppo e la valorizzazione di territori. Tali percorsi comprendono anche il contributo di contenuti e metodi di altre discipline geografiche, storico-letterarie contemporaneistiche, sociosemiotiche, psicosociali, grafiche, artistico-museali, filosofiche (es. ontologia, scienza, linguaggio, estetica) scelte in funzione del progetto di tesi di laurea.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Conoscenza e capacità di comprensione di sistemi complessi e processi sociali e organizzativi e di individuarne i fabbisogni informativi e simbolici
Capacità di conoscere e comprendere le dinamiche di diffusione dei mezzi e dei messaggi in relazione a pubblici e contenuti veicolati,
Corsi teorici e metodologici avanzati tenuti in parte frontalmente in parte seminarizzati sviluppano tali conoscenze e capacità

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

Capacità di applicare competenze economico-sociali e aziendalistiche, di informatica e comunicazione alla pianificazione della comunicazione di organizzazioni ai fini del funzionamento interno, del servizio prestato a utenti esterni, di pubblici più ampi di cittadini-utenti, turisti, fruitori di beni culturali e ambientali.
Laboratori e stage monitorati dedicano attenzione e casistiche e progetti concreti di comunicazione e diffusione delle ict

Autonomia di giudizio (making judgements)

Capacità di valutare criticamente e mediante metodologie apposite di valutazione l'efficacia ed efficienza delle scelte di mezzi/fini nella progettazione e nello svolgimento di campagne di comunicazione o nella strutturazione di flussi informativi e di conoscenza nelle organizzazioni
La prova finale promuovono e valuta tale capacità critica in modo specifico, valorizzata peraltro in tutte le altre attività didattiche.

Abilità comunicative (communication skills)

Capacità di modellizzare la conoscenza e di comunicarla in contesti aziendali con vari mezzi (interazione personale, rete ecc) e per pubblici differenziati (dirigenti, professionisti, utenti e altri).
La presentazione di elaborati da parte degli studi è parte dell'apprendimento e della valutazione in ogni occasione di verifica.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Capacità di apprendere rapidamente modelli organizzativi e gestionali, cogliere la valenza e pertinenza comunicativa di contenuti tecnico-scientifici, sociali e culturali in rapporto a pubblici segmentati con vari criteri e finalità, aggiornarsi sulle opportunità offerte dalla rapida evoluzione delle teorie e tecnologie informatiche per molteplici applicazioni
Stage monitorati e prova finale promuovono e valutano tale capacità di apprendimento

Conoscenze richieste per l'accesso (DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

1..Titolo indispensabile è una laurea di primo livello o di vecchio ordinamento o titolo straniero equipollente.

2. Sono ammissibili gli studenti che abbiano ottenuto nel loro curriculum precedente almeno 15 crediti in ognuno dei seguenti settori scientifico-disciplinari :

- INF/01,
- SECS/P01 e/o SECS/P02,
- SPS/07 ,

e conoscenze di mezzi , linguaggi , contenuti culturali della comunicazione per almeno 35 cfu tra i seguenti settori:

- M-FIL/05, L-ART/06, SPS/08.

3. Gli studenti che non rientrassero nel punto 2 possono essere ammessi sulla base di un colloquio che accerti l'equipollenza del loro curriculum precedente con una commissione nominata dal consiglio di corso di laurea e secondo le modalità che verranno indicate in regolamento.

4. La stessa commissione verifica l'adeguatezza della preparazione personale di tutti gli studenti ai fini della loro ammissione

Caratteristiche della prova finale

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

La prova finale è costituita dalla discussione, davanti a un'apposita commissione di professori del corso formata secondo il regolamento di facoltà, di un elaborato originale proposto dal candidato. In linea di massima tale elaborato avrà la forma di una dissertazione consistente in una ricerca scientifica nella disciplina di laurea. Il candidato potrà anche essere autorizzato dal relatore a presentare l'elaborato in forma di prodotto informatico, purché siano salvaguardate le caratteristiche di originalità e di impegno e adeguata contestualizzazione disciplinare.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

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

Professioni della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa, per la promozione del territorio, svolte in ruoli che richiedono autonomia, capacità di analisi di pubblici e mercati, pianificazione.

Ruoli professionali di diffusione della conoscenza mediante reti in ambito organizzativo e al servizio di utenze collettive, con particolare attenzione al miglioramento dell'accessibilità.

Ruoli professionali di diffusione delle tecnologie della informatica e della comunicazione in aziende, amministrazioni pubbliche, utenti individuali e consumatori

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Dirigenti di associazioni umanitarie, culturali, scientifiche e sportive di interesse nazionale o sovranazionale - (1.1.4.2.0)
- Analisti e progettisti di software - (2.1.1.4.1)
- Analisti di sistema - (2.1.1.4.2)
- Analisti e progettisti di applicazioni web - (2.1.1.4.3)
- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
- Analisti di mercato - (2.5.1.5.4)
- Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- Approvvigionatori e responsabili acquisti - (3.3.3.1.0)
- Tecnici della vendita e della distribuzione - (3.3.3.4.0)
- Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
- Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
- Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
- Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0)
- Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
- Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
- Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il corso attivato presso la Facoltà di Lettere e Filosofia a differenza di quello attivato presso la Facoltà di Scienze Politiche pone l'accento sugli usi della rete e sulla convergenza dei media su di essa a fini di comunicazione organizzativa di imprese, servizi sociali e culturali. Rivolta ai propri dipendenti o al territorio e a fini di promozione del medesimo in campo economico e turistico. Richiede perciò una consistente e integrata formazione di carattere informatico, sociologico, economico. Non presenta per lo stesso motivo componenti politologiche e pubblicistiche. Sviluppa l'esperienza maturata e consolidata in un precedente corso di laurea specialistica della stessa Facoltà. Aperto all'ingresso da altre lauree triennali, è peraltro progettato anche come coerente sbocco e prosecuzione della laurea triennale di scienze della comunicazione attivata dalla Facoltà.

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

Attività caratterizzanti

ambito: Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito (minimo da D.M. 30)		36	36
Gruppo	Settore	min	max
C11	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	12	24
C12	SPS/07 Sociologia generale 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 SPS/11 Sociologia dei fenomeni politici	12	24

ambito: Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'ambito (minimo da D.M. 18)		18	24
Gruppo	Settore	min	max
C21	INF/01 Informatica	18	24

Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		54	
--	--	----	--

Totale Attività Caratterizzanti		54 - 60	
---------------------------------	--	---------	--

Attività affini

ambito: Attività formative affini o integrative		CFU	
intervallo di crediti da assegnarsi complessivamente all'attività (minimo da D.M. 12)		12	24
A11	INF/01 - Informatica SECS-P/01 - Economia politica SECS-P/02 - Politica economica SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/07 - Economia aziendale SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SPS/04 - Scienza politica SPS/07 - Sociologia generale SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio SPS/11 - Sociologia dei fenomeni politici	0	24
A12	IUS/01 - Diritto privato IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico IUS/10 - Diritto amministrativo L-ART/03 - Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 - Museologia e critica artistica e del restauro L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione M-FIL/03 - Filosofia morale M-FIL/04 - Estetica M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi M-GGR/02 - Geografia economico-politica M-PSI/05 - Psicologia sociale M-PSI/06 - Psicologia del lavoro e delle organizzazioni M-STO/04 - Storia contemporanea M-STO/05 - Storia della scienza e delle tecniche SECS-S/01 - Statistica	0	24

Totale Attività Affini		12 - 24	
------------------------	--	---------	--

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		30	30
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	6	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	48 - 48
------------------------------	----------------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	114 - 132

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

(INF/01 IUS/01 IUS/09 IUS/10 M-FIL/05 M-PSI/05 M-PSI/06 SECS-P/01 SECS-P/02 SECS-P/06 SECS-P/07 SECS-P/08 SECS-S/01 SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 SPS/10 SPS/11)

I ssd citati consentono l'approfondimento della preparazione con esami specialistici nelle aree disciplinari alla base del corso (aree economica e aziendale ,sociologica,informatica) e il contributo di contenuti di tipo normativo e culturale, necessari a conoscere i campi di applicazione dei processi di diffusione delle tecnologie e della comunicazione, vaariamente finalizzata, di volta in volta necessari ai fini della preparazione di tesi di laurea

Note relative alle altre attività

Le conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro possono essere assunte in laboratori organizzati dal corso di laurea in collaborazione con aziende ed enti o con tirocinii monitorati presso aziende ed enti.

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 17/04/2009