

Università	Università degli Studi di TORINO
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Nome del corso	COMUNICAZIONE, ICT E MEDIA <i>modifica di: Produzione e organizzazione della comunicazione e della conoscenza (1212842)</i>
Nome inglese	COMMUNICATION, ICT AND MEDIA
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	0304M21
Data del DM di approvazione dell'ordinamento didattico	28/03/2014
Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico	14/07/2014
Data di approvazione della struttura didattica	06/11/2013
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	18/12/2013
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	http://www.didattica-cps.unito.it
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	
Altri dipartimenti	Economia e Statistica "Cognetti de Martiis" Informatica
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	SCIENZE POLITICHE
EX altre Facoltà	SCIENZE POLITICHE
Massimo numero di crediti riconoscibili	6 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione pubblica e politica <i>corso da adeguare</i> • Comunicazione pubblica e politica <i>corso in attesa di D.M. di approvazione</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 dell' 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 18 luglio 2013, nei locali del Dipartimento di Culture, politica e società, si svolge l'incontro con le parti sociali. Alla riunione vengono invitati i Docenti afferenti al Corso di Studio. Partecipano il Presidente del Corso di laurea e il Presidente dell'Associazione Italiana di Comunicazione Pubblica, il Presidente del Club dei Comunicatori d'Impresa dell'Unione Industriale di Torino, un rappresentante del Telecom Lab, il Direttore delle relazioni esterne del Gruppo Exor, un rappresentante del Gruppo Fiat Chrysler (unità per la sostenibilità). Viene presentato il Progetto formativo della nuova laurea.

I presenti valutano positivamente la focalizzazione sulle nuove tecnologie della comunicazione e sulle loro applicazioni interattive e considerano interessante per il mondo aziendale l'interdisciplinarietà della preparazione del laureato (Informatica, Economia, Sociologia).

I presenti manifestano altresì disponibilità a sostenere, con stage e tirocini e interventi didattici, l'attività del corso di studio.

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 socio-sanitarie, aziende di servizio pubblico locale, agenzie per il turismo e per la valorizzazione di beni culturali, servizi collettivi), 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 e neoartigianali che lavorano per esse. Le stesse competenze sono utilizzate anche per la produzione di servizi informativi e servizi collettivi informatizzati rivolti alla cittadinanza con modalità interattive e immersive (web of things) propri della smart city che utilizza le ICT a fini di sostenibilità ambientale e coesione sociale. Intende perciò 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.

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 promuove 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 o a pubblici di utenti con vari mezzi (interazione personale, rete, ecc.) e per pubblici differenziati (dirigenti, professionisti, utenti e altri).

La presentazione di elaborati da parte degli studenti 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.- Lo studente può accedere se dispone dei seguenti requisiti:

6 CFU nel settore INF-01;

6 CFU nei settori SPS07 o SPS08;

6 CFU nei settori SECS-P/01 o SECS -P/02

Alternativamente, chi non soddisfa le precedenti condizioni può richiedere un colloquio davanti ad una commissione di docenti del CCS in cui dimostri risultati conseguiti nei settori citati, interesse e motivazione a questo corso di laurea, eventuali esperienze professionali pertinenti, e concordare modalità per colmare eventuali lacune, ai fini dell'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 di studi, formata secondo il regolamento di dipartimento, 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.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il corso di comunicazione, ICT e media a differenza di quello di Comunicazione pubblica e politica si focalizza sugli usi economici e sociali della rete e sulla convergenza dei media su di essa a fini di comunicazione organizzativa di imprese, servizi collettivi, sociali e culturali. Richiede perciò una consistente conoscenza delle tecnologie informatiche (ICT), integrata con la formazione di carattere sociologico ed economico, per operare nei sistemi sociotecnici.

Non presenta per lo stesso motivo componenti politologiche e pubblicistiche. Sviluppa l'esperienza maturata e consolidata in un precedente corso di laurea magistrale dedicato all'economia e alla società della conoscenza.

E' aperto all'ingresso da lauree triennali di scienze della comunicazione, economiche, sociali, politiche, amministrative, informatiche.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

L'obiettivo formativo del corso di studi è formare un laureato in grado di gestire processi di comunicazione e diffusione di conoscenza e informazione in e per aziende private e pubbliche, pubblica amministrazione ed enti locali (sanità, turismo, beni culturali, servizi commerciali) mediati da ICT o in grado di progettare, in collaborazione con informatici, dispositivi e servizi comunicativi che impieghino ICT (web, web of things, applicazioni) utili alla smart city e nella convergenza dei media classici sulla rete.

funzione in un contesto di lavoro:

Il corso di studi intende formare laureati in grado di operare nella comunicazione di imprese, enti pubblici e locali, associazioni. Copre un'ampia gamma di finalità: servizi commerciali, turistici, di responsabilità sociale e ambientale; servizi pubblici alla collettività (sanità, beni culturali, formazione, amministrazione pubblica); organizzazione del lavoro interno e nelle reti di imprese; nuovi servizi informatizzati per rendere le città smart.

competenze associate alla funzione:

Il corso di studi offre basi di conoscenza sociologica ed economica, necessarie a cogliere la domanda di comunicazione e lo sviluppo delle sue tecnologie, e insegnamenti di informatica e professionalizzanti utili per progettare le risposte pratiche a queste domande. Intende, inoltre, 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.

sbocchi professionali:

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.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- 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 relazioni pubbliche, 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)

Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione**Area Economica****Conoscenza e comprensione**

Conoscenza e capacità di comprensione di sistemi economici complessi e processi economici e organizzativi. Capacità di conoscere e comprendere le dinamiche di diffusione dell'innovazione nelle ICT.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare competenze economiche a strategie aziendali e a scelte del consumatore.

Area Sociologica**Conoscenza e comprensione**

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 e le identità sociali connesse.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare competenze sociologiche 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.

Area Informatica**Conoscenza e comprensione**

Conoscenza e capacità di comprensione di sistemi informativi complessi.
Capacità di conoscere e comprendere le dinamiche del Web e in particolare dei social media.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di applicare competenze di informatica e comunicazione alla progettazione di mezzi di comunicazione interattivi e alla diffusione del loro impiego per gli obiettivi della "smart city".

Area Aziendale**Conoscenza e comprensione**

Conoscenza e capacità di comprensione delle dinamiche di gestione delle aziende e delle loro competenze professionali.
Capacità di conoscere e comprendere le dinamiche dei mercati di consumo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di progettare la comunicazione di organizzazioni ai fini del funzionamento interno, del servizio prestato a utenti esterni, di pubblici più ampi di cittadini-utenti e consumatori, turisti, fruitori di beni culturali e ambientali.

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

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	IUS/01 Diritto privato IUS/04 Diritto commerciale IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico IUS/10 Diritto amministrativo IUS/14 Diritto dell'unione europea SECS-P/01 Economia politica SECS-P/02 Politica economica SECS-P/03 Scienza delle finanze SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/09 Finanza aziendale SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/01 Statistica SECS-S/03 Statistica economica SECS-S/04 Demografia SECS-S/05 Statistica sociale 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	30	36	30
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	ICAR/13 Disegno industriale ICAR/17 Disegno INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi SPS/12 Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale	18	24	18
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		54		
Totale Attività Caratterizzanti			54 - 60	

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	ICAR/07 - Geotecnica INF/01 - Informatica IUS/01 - Diritto privato IUS/04 - Diritto commerciale L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione 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 SECS-P/01 - Economia politica SECS-P/02 - Politica economica SECS-P/03 - Scienza delle finanze SECS-P/07 - Economia aziendale SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 - Statistica 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	12	Massimo non realizzabile:126 30	12

Totale Attività Affini	12 - 30
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	12	12	
Per la prova finale	18	18	
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	12	18
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	-	-	

Totale Altre Attività	42 - 48
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	108 - 138

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

(INF/01 IUS/01 IUS/04 M-FIL/05 M-PSI/05 M-PSI/06 SECS-P/01 SECS-P/02 SECS-P/03 SECS-P/07 SECS-P/08 SECS-S/01 SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 SPS/10)

(INF/01 IUS/01 IUS/04 M-FIL/05 M-PSI/05 M-PSI/06 SECS-P/01 SECS-P/02 SECS-P/03 SECS-P/07 SECS-P/08 SECS-S/01 SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 SPS/10)

I SSD citati consentono l'approfondimento della preparazione con esami specialistici nelle aree disciplinari alla base del corso 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, variamente 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 o in tirocini organizzati dal corso di laurea in collaborazione con aziende ed enti.

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 13/02/2014