

Università	Università degli Studi di TORINO
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Nome del corso in italiano	Comunicazione, ICT e media <i>adeguamento di: Comunicazione, ICT e media (1373976)</i>
Nome del corso in inglese	Communication, ICT and media
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	0304M21^GEN^001272
Data di approvazione della struttura didattica	18/01/2017
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	31/01/2017
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	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.didattica-cps.unito.it/do/home.pl/View?doc=corsi_di_studio/produzione_comunicazione/presentazione
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Culture, politica e società
Altri dipartimenti	Economia e Statistica "Cognetti de Martiis" Informatica
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).

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.

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

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 neoutiglianti 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.

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 sociali, economici ed informativi complessi e dei relativi processi sociali, economici e organizzativi. Capacità di conoscere e comprendere le dinamiche di diffusione dell'innovazione nelle ICT, con particolare riguardo al web e ai social media, ai loro mercati e ai loro pubblici. Gli insegnamenti e le prove d'esame prevedono la discussione critica e comparata di testi volta a sviluppare conoscenza e capacità di comprensione.

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

Capacità di costruire strategie aziendali e pianificare la 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. Progettazione di mezzi di comunicazione interattivi per gli obiettivi della "smart city". Gli insegnamenti, le prove d'esame e la prova finale prevedono l'analisi di fenomeni e/o forme di progettualità che applicano le conoscenze apprese.

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)

L'ammissione al Corso magistrale in Comunicazione, Ict e Media avviene sulla base del possesso di ben definite conoscenze e competenze richieste in ingresso, che comprendono:

- a) requisiti curriculari;
- b) adeguatezza della preparazione personale.

Eventuali carenze curriculari devono essere colmate prima dell'iscrizione secondo le modalità definite dal Regolamento didattico del Corso di studi. L'adeguatezza della preparazione personale sarà verificata secondo le modalità definite dallo stesso Regolamento didattico, al quale si rimanda per ogni dettaglio relativo ai criteri di accesso. La verifica dell'adeguatezza della preparazione personale è comunque obbligatoria. Essa è successiva alla verifica dei requisiti curriculari, che non possono in alcun modo sostituirla. Il requisito curricolare di accesso si ritiene assolto per gli studenti in possesso della laurea triennale della classe L-20 del D.M. 270/04 e della classe 14 del D.M.

509/99. Per tutti gli altri occorre fare riferimento al regolamento didattico del Cds.

In ogni caso agli studenti è richiesto avere sostenuto almeno 3 crediti in una lingua straniera dell'Unione Europea o in assenza presentare una certificazione almeno di livello B1.

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.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

In merito all'osservazione L'intervallo di crediti attribuito alle attività formative affini o integrative nel loro complesso appare eccessivamente ampio, ed è tale da rendere poco leggibile l'ordinamento e poco valutabile il significato culturale del percorso formativo e della figura professionale che ne deriva. È necessario pertanto: - ridurre l'intervallo di crediti attribuiti alle attività formative affini o integrative nel loro complesso, utilizzando eventualmente anche l'opzione offerta dalla maschera di inserimento in banca dati, che consente la suddivisione delle attività in gruppi di settori ai quali possono essere attribuiti i CFU; - e/o motivare con solidi argomenti l'ampiezza dell'intervallo di crediti.

Si accoglie riducendo l'intervallo di crediti attribuito alle attività formative affini o integrative da 12-30 a 12-24 e togliendo alcuni ssd (ICAR/07, IUS/01, SECS-P/03, SECS-S/01) già presenti nelle attività caratterizzanti pertanto non si ritiene utile suddividere le attività in gruppi di settori in coerenza con il progetto culturale del corso di studi.

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 occupazionali:

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)
- Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)

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:		-		

Totale Attività Caratterizzanti

48 - 60

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	INF/01 - Informatica 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/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	12	24	12

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

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	102 - 132

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

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

I ssd presenti tra le attività affini e integrative rispondono a due diversi ordini di necessità. Da una parte ssd ritenuti al centro del progetto culturale del cds, i cui fondamenti teorico-analitici vengono affrontati negli insegnamenti obbligatori, ma che necessitano di ulteriori approfondimenti più specifici attraverso insegnamenti mirati e professionalizzanti, su temi puntuali in rapido e costante mutamento. È questo in particolare il caso dei settori INF/01, IUS/04, SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/07, SECS-P/08, SPS/07, SPS/08, SPS/09. Un secondo gruppo di ssd viene invece previsto tra le attività affini e integrative, attraverso insegnamenti che insistono su campi di applicazione significativi delle ICT in modo complementare e, appunto, integrativo. Tali ssd sono previsti dal DM sulle classi per le attività caratterizzanti, ma di fatto non vengono proposti dal nostro cds in quanto tali (e dunque non vengono proposti con insegnamenti obbligatori). Si tratta di insegnamenti, alcuni dei quali mutuati da altri cds, nei seguenti ssd: L-ART/06 (Cinema, fotografia e televisione: i media tradizionali in rete), M-FIL/05 (Filosofia e teoria dei linguaggi: i linguaggi del web), M-GGR/02 (Geografia economico-politica: la sostenibilità di città e territorio), M-PSI/05 (Psicologia sociale: rappresentazioni sociali e immaginari creati dalla rete), M-PSI/06 (Psicologia del lavoro e delle organizzazioni: la qualità del lavoro della fabbrica 4.0 e il benessere dei lavoratori), SPS/04 (Scienza politica: l'opinione pubblica e i social media), SPS/10 (Sociologia dell'ambiente e del territorio: la sostenibilità di città e territori in prospettiva).

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