

<b>Università</b>	Università degli Studi di TORINO
<b>Classe</b>	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
<b>Nome del corso</b>	Comunicazione pubblica e politica <i>modifica di: Comunicazione pubblica e politica (1341777)</i>
<b>Nome inglese</b>	Public and political communication
<b>Lingua in cui si tiene il corso</b>	italiano
<b>Codice interno all'ateneo del corso</b>	009506
<b>Data del DM di accreditamento</b>	15/06/2015
<b>Data del DR di emanazione dell'ordinamento didattico</b>	06/10/2015
<b>Data di approvazione della struttura didattica</b>	10/04/2015
<b>Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione</b>	13/04/2015
<b>Data della relazione tecnica del nucleo di valutazione</b>	19/01/2009
<b>Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni</b>	04/12/2008 -
<b>Modalità di svolgimento</b>	convenzionale
<b>Eventuale indirizzo internet del corso di laurea</b>	<a href="http://www.didattica-cps.unito.it/do/home.pl/View?doc=corsi_di_studio/ CPP_comunicazione_pubblica/presentazioni">http://www.didattica-cps.unito.it/do/home.pl/View?doc=corsi_di_studio/ CPP_comunicazione_pubblica/presentazioni</a>
<b>Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi</b>	Culture, politica e società
<b>EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi</b>	
<b>Massimo numero di crediti riconoscibili</b>	12 DM 16/3/2007 Art 4 <b>Nota 1063 del 29/04/2011</b>
<b>Corsi della medesima classe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMUNICAZIONE, ICT E MEDIA <i>approvato con D.M. del28/03/2014</i></li> <li>• Produzione e organizzazione della comunicazione e della conoscenza <i>approvato con D.M. del04/05/2009</i></li> <li>• Produzione e organizzazione della comunicazione e della conoscenza <i>approvato con D.M. del04/05/2009</i></li> </ul>

#### **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. Il titolo in inglese è adeguato. I motivi dell'istituzione di più corsi della classe LM-59 sono descritti in modo adeguato e pertinente. La descrizione dei criteri di trasformazione del corso da 509 a 270 è adeguata e completa e supporta la trasformazione del corso adeguando alla nuova normativa il consolidato dalla precedente esperienza. La sintesi delle consultazioni delle parti sociali è adeguata ed esaustiva. Gli obiettivi formativi specifici sono ben descritti. I descrittori europei sono adeguatamente descritti. Le conoscenze in ingresso risultano descritte in modo adeguato. L'interdisciplinarietà dell'offerta formativa è adeguata. Le caratteristiche della prova finale sono adeguate. Gli sbocchi occupazionali sono coerenti con il percorso formativo.

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

In linea con l'esigenza di mantenere un regolare rapporto con il mondo delle professioni e il mercato del lavoro, il Comitato di indirizzo del CdL ha integrato gli elementi raccolti nel corso degli anni attraverso consultazioni individuali organizzando un nuovo momento di confronto allargato, analogo a quello che aveva orientato la costituzione del Corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e politica.

Dal confronto con le parti sociali, cui - come risulta dal verbale - hanno partecipato alti dirigenti della comunicazione di Regione Piemonte, Provincia e Comune di Torino, è emerso un forte interesse della P.A. e degli enti pubblici alla formazione di comunicatori istituzionali ed esperti di pubbliche relazioni. I convenuti hanno espresso un positivo giudizio di apprezzamento per il progetto, avanzando suggerimenti su varie dimensioni così sinteticamente schematizzabili:

1. gli skills dei comunicatori che operano nelle Amministrazioni locali e negli Enti pubblici attivi sul territorio: la raccomandazione è di formare comunicatori istituzionali attenti alle questioni deontologiche; di fornire competenze per l'analisi dei flussi d'opinione e di preparare professionisti capaci di usare un linguaggio condiviso, adeguato alla complessità dei processi sociali e politici contemporanei;
2. l'esigenza di esperti in comunicazione europea: si invita a formare esperti in comunicazione delle istituzioni europee e sui temi dell'integrazione comunitaria organizzando a tal fine laboratori e stage;
3. l'opportunità di creare percorsi differenziati per comunicatori pubblici e politici: a questo proposito il Presidente del Corso di LM rileva come l'istituzione di curricula diversi non appaia giustificata perché i profili dei comunicatori pubblici e politici sono differenziati non tanto dalle competenze che devono avere quanto dalle diverse finalità con cui operano. Si impegna però a favorire la differenziazione attraverso l'offerta di laboratori ad hoc, stage professionalizzanti e un'attenta azione di tutorship.
4. potenziamento della formazione teorica e pratica nel campo delle nuove tecnologie, della comunicazione via web e via SNS.

In conclusione, il Presidente della LM recepisce le indicazioni impegnandosi a rafforzare l'offerta didattica nella direzione indicata e a mantenere aperto un canale di confronto promuovendo iniziative varie di consultazione.

### **Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo**

Il CdL Magistrale in Comunicazione pubblica e politica ha l'obiettivo di formare professionisti e analisti specializzati nelle seguenti aree di apprendimento, costituite sulla base di una forte interdisciplinarietà:

- Teoria della comunicazione: formazione avanzata, specificamente orientata all'ambito della comunicazione istituzionale, dei servizi e della politica, dell'innovazione tecnologica, strettamente connessa alle più aggiornate evidenze di ricerca. Particolarmente efficace, in questa direzione, la sinergia con l'Osservatorio dell'Università di Torino sulla Comunicazione Politica, realizzato dai docenti del CdL, che consente di mettere in relazione diretta attività di ricerca ed erogazione della didattica.
- Metodologia e pianificazione della comunicazione: formazione all'uso degli strumenti metodologici e tecnologici necessari all'analisi scientifica dei media e dei contenuti che essi veicolano all'opinione pubblica, ma anche all'uso degli strumenti per la corretta pianificazione di flussi comunicativi e informativi.
- Scienza politica e dell'opinione: formazione avanzata nel campo della teoria della democrazia e della partecipazione politica, della comunicazione elettorale e di quella destinata a supportare le azioni di policy-making, delle dinamiche dell'opinione pubblica e dei sondaggi.
- Promozione e sviluppo del territorio: formazione teorica e pratica per progettare e realizzare la comunicazione di eventi finalizzati a valorizzare le risorse del territorio come risorse strategiche per lo sviluppo economico sostenibile. Focus specifici sono previsti sul marketing delle città, la promozione per il turismo, l'economia dei distretti culturali e delle ICT.
- Informazione e giornalismo: formazione teorica ed empirica sul funzionamento delle logiche del giornalismo all'interno degli ecosistemi mediali complessi originati con l'affermazione delle piattaforme web 2.0.
- Reti telematiche e ICT: formazione teorica e applicata (sociologica, economica, giuridica) sui temi legati alla digitalizzazione nella pubblica amministrazione, nella erogazione di servizi al cittadino e al consumatore, nell'e-democracy e nella progettazione delle smart city anche al fine di valutarne l'impatto sociale ed economico.

Il percorso formativo è strutturato intorno ad un primo anno nel quale si concentra il maggior numero di corsi ed esami (8, dei quali 6 di base per tutti e perciò obbligatori). In questo modo lo studente può affrontare il secondo anno con un bagaglio di conoscenze adeguato ad effettuare scelte di indirizzo specialistico più consapevoli tra i seguenti filoni: comunicazione pubblica, istituzionale e dei servizi, comunicazione politica, comunicazione del turismo e del territorio. Tale strutturazione del percorso formativo consente anche allo studente di dedicare il tempo necessario, nel corso del secondo anno, alle attività di stage e alla progettazione e redazione della tesi di laurea.

Le attività di laboratorio sono distribuite su entrambe le annualità in modo da potenziare quanto più possibile l'integrazione fra la dimensione teorica e quella più ancorata alle pratiche comunicative.

### **Autonomia di giudizio (making judgements)**

Gli studenti svilupperanno il senso critico necessario a progettare soluzioni innovative per la comunicazione e ricerche fondate su ipotesi di lavoro originali. Acquisiranno le competenze necessarie a selezionare le metodologie più appropriate per svolgere analisi, studi e ricerche nel campo della comunicazione e impareranno a valutare l'efficacia strategica di una campagna di comunicazione o d'informazione o, ancora, la sostenibilità di un progetto.

Più specificamente, la capacità dei laureati di integrare le conoscenze e gestire la complessità nonché la loro attitudine a formulare giudizi consapevoli delle conseguenze che ne possono derivare sul piano sociale ed etico sarà alimentata attraverso l'erogazione di una didattica quanto più possibile interattiva in grado di stimolare la partecipazione degli studenti e, in particolare, attraverso il loro impegno attivo nelle consistenti attività laboratoriali previste nel quadro dell'offerta didattica.

La maturazione di un'adeguata autonomia di giudizio sarà complessivamente verificata a) durante i corsi attraverso l'interazione in aula; b) in sede di esame attraverso la qualità delle risposte ai quesiti o delle relazioni prodotte; c) in fase di stesura della tesi attraverso la capacità di sviluppare giudizi autonomi e argomentati.

### **Abilità comunicative (communication skills)**

La frequenza dei corsi, dei laboratori e dei seminari svilupperà le capacità di comunicazione scritta e orale (attraverso la stesura di report, la realizzazione di presentazioni pubbliche, etc.) e la consuetudine all'interazione con altri esperti. Un ruolo centrale è svolto, in questo senso, dal lavoro di preparazione della tesi di laurea magistrale. Il CdL prevede anche la possibilità di approfondire le competenze linguistiche per migliorare la capacità di comunicazione in ambito internazionale.

### **Capacità di apprendimento (learning skills)**

Sia nell'attività didattica che nella preparazione della tesi di laurea il personale docente ha l'obiettivo di trasmettere, oltre alle nozioni specifiche previste, una metodologia scientifica di studio e ricerca tale da consentire l'autonomo reperimento delle informazioni necessarie ad affrontare problemi complessi e da sviluppare la capacità di trasferire le competenze acquisite in tempi e contesti diversi. Ciò al fine di mettere il laureato nelle condizioni di affrontare in modo autonomo ed efficace l'ulteriore approfondimento dei temi di interesse nella vita professionale o negli studi successivi.

Il CdL si propone inoltre di trasmettere capacità di analisi quantitativa e gestione dei dati, di utilizzo di banche dati digitali, di lavoro di gruppo (tradizionali e online). Le competenze acquisite saranno costantemente sottoposte a verifica attraverso una sistematica attività di tutorato.

### **Conoscenze richieste per l'accesso**

#### **(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)**

I requisiti curriculari necessari e le modalità di verifica della personale preparazione per l'ammissione al CdL magistrale in Comunicazione pubblica e politica sono determinati nel regolamento didattico del corso di studio.

### **Caratteristiche della prova finale**

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

La prova finale consiste in un elaborato di ricerca originale con valenza scientifica che il candidato produce in forma scritta sotto la guida di uno o più docenti relatori. Tale elaborato viene discusso dal candidato davanti ad una commissione di laurea costituita secondo il regolamento di Dipartimento.

### **Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe**

Il corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e politica presenta tratti di significativa differenziazione rispetto alla magistrale in Comunicazione, Ict e media, attivata dal Dipartimento di Culture, Politica e Società nella stessa classe di laurea.

Il progetto formativo di Comunicazione pubblica e politica si caratterizza per una formazione specializzata nel settore della comunicazione istituzionale, della comunicazione politica ed elettorale, della promozione degli eventi e del marketing territoriale. Quello in Comunicazione, Ict e media offre invece profili professionali maggiormente orientati alla comunicazione d'impresa, al marketing commerciale, allo sviluppo di tecnologie per i servizi e le smart cities.

Secondariamente, Comunicazione pubblica e politica, che offre un piano di studi a forte vocazione interdisciplinare, è maggiormente orientato all'erogazione di competenze sociologiche, politologiche e mediologiche, al contempo teoriche e metodologiche. Comunicazione, Ict e media, invece, punta su insegnamenti di settori quali informatica ed economia. Le discipline sociologiche, pur presenti, non costituiscono un tratto distintivo rispetto alle altre.

In sintesi, i due corsi di laurea hanno organizzato le rispettive offerte per la formazione di profili professionali diversi. Poiché le professioni della comunicazione esigono oggi un elevato livello di specializzazione delle conoscenze e delle competenze sui diversi campi di applicazione, l'istituzione di due corsi di laurea è una necessità per il buon esito formativo di entrambe le offerte.

**Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati****Comunicatore pubblico, politico e d'impresa****funzione in un contesto di lavoro:**

I laureati in Comunicazione pubblica e politica sono preparati a svolgere:

- FUNZIONI DIRIGENZIALI nei settori della comunicazione pubblica e dei servizi, della comunicazione politico-elettorale, di impresa e del turismo.

Competenze: conoscenza a livello professionale del campo dei media e delle logiche di produzione delle notizie; progettazione e pianificazione di flussi comunicativi e informativi e di campagne per la promozione di eventi; apprendimento di modalità per l'organizzazione del lavoro in team (tradizionali e online); pratica nella elaborazione e nella redazione di testi complessi; conoscenza del quadro normativo (nei settori della comunicazione istituzionale e del mercato dei media); apprendimento dell'uso di metodologie e tecniche per l'analisi sociale e dei contenuti mediali.

- FUNZIONI ORGANIZZATIVE nei settori della comunicazione pubblica e dei servizi, della comunicazione politico-elettorale, di impresa e del turismo.

Competenze: apprendimento di strumenti per il management di flussi comunicativi e informativi, per la pianificazione e la gestione di campagne destinate alla promozione di eventi, per la gestione informatica e l'analisi dei dati, per la progettazione di servizi per le reti di telematica pubblica, per la gestione delle pratiche di back office.

- FUNZIONI PROFESSIONALI OPERATIVE nei settori della comunicazione pubblica e dei servizi, della comunicazione politico-elettorale, d'impresa e del turismo.

Competenze: apprendimento di strumenti per l'attività di ufficio stampa e la realizzazione di rassegne stampa; apprendimento di strategie finalizzate alla promozione di eventi e al marketing territoriale; apprendimento di strumenti operativi per il marketing e per la social web strategy applicabili nelle diverse aree di interesse del CdL; apprendimento di specialismi per l'azione in team nel campo della comunicazione politico-elettorale (pubbliche relazioni, interpretazione di dati statistici, strumenti di microtargetting, portavoce, visual expertise); sviluppo di attitudini relazionali per la gestione di attività di front office.

**competenze associate alla funzione:**

Il CdL magistrale forma le seguenti figure professionali:

- Dirigenti nel settore della comunicazione pubblica e istituzionale (progettazione, programmazione e coordinamento di flussi comunicativi complessi)
- Addetti al management della comunicazione in enti pubblici e aziende private
- Operatori degli Uffici di Relazione con il Pubblico (URP)
- Professionisti nella consulenza politica e nel marketing elettorale
- Professionisti nel campo della comunicazione promozionale e del marketing del territorio per lo sviluppo locale sostenibile
- Professionisti nel campo della comunicazione del turismo
- Esperti di ICT e telematica pubblica
- Ricercatori e analisti nel campo della comunicazione.

**sbocchi professionali:**

Settore pubblico e privato, come dettagliato all'interno dei campi precedenti.

**Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)**

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

**Risultati di apprendimento attesi - Conoscenza e comprensione - Capacità di applicare conoscenza e comprensione****Area di Teoria della Comunicazione****Conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti di questa area forniscono i fondamenti teorici (sociologici, politologici, mediologici, economici e informatici) per gli specialisti che opereranno come professionisti nel campo della comunicazione pubblica, istituzionale e dei servizi, della comunicazione politico-elettorale, d'impresa, del territorio e del turismo. Le conoscenze e capacità sono conseguite nell'ambito del completamento del percorso di studio e saranno verificate attraverso il superamento delle prove d'esame.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità sono acquisite attraverso la frequenza dei corsi specialistici, la partecipazione ai laboratori attivati e/o l'attivazione negli stages curriculari.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti impartiti conferiscono allo studente la capacità di comprendere le modalità di relazione fondamentali tra media, istituzioni e politica, così da poter progettare con competenza multidisciplinare flussi comunicativi e informativi all'interno di ambienti mediali complessi, gestire attività di ufficio stampa e realizzare rassegne stampa, progettare strategie per la promozione di eventi e campagne, pianificare progetti di marketing, pianificare strategie web e SNS, gestire relazioni di back office.

**STRUMENTI:** I laureati saranno avviati a queste competenze professionali sia attraverso le classiche lezioni frontali, sia attraverso attività seminariali e laboratori collegati. Il corso di laurea svolge attività di monitoraggio in tal senso. Particolarmente efficace, in questa direzione, è la sinergia con l'Osservatorio sulla Comunicazione Politica dell'Università di Torino, animato dai docenti del Corso di studi che mette in connessione le attività di ricerca con l'erogazione di didattica avanzata.

**Area di Metodologia e pianificazione della comunicazione****Conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti di questa area (sociologici e statistici) guidano lo studente sia verso l'uso degli strumenti metodologici e tecnologici necessari all'analisi scientifica dei media e dei contenuti che essi veicolano, sia verso l'uso degli strumenti del marketing e della pianificazione di flussi comunicativi e informativi (media planning).

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità sono progressivamente conseguite attraverso il completamento del percorso di studio e saranno verificate attraverso il superamento delle prove d'esame.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Lo studente viene addestrato a usare gli strumenti metodologici (quantitativi e qualitativi) delle scienze sociali per l'analisi scientifica del sistema, dei media e dei suoi contenuti, a utilizzare i software per la gestione informatica dei dati, consultare database come fonti per la ricerca e far uso di strumenti per la pianificazione di flussi comunicativi e informativi. Viene inoltre addestrato all'applicazione degli strumenti del marketing e all'utilizzo di piattaforme online per l'organizzazione del lavoro in team.

**STRUMENTI:** I laureati saranno avviati a queste competenze professionali con lezioni frontali, attività seminariali e laboratori. Il corso di laurea svolge attività di monitoraggio in tal senso. Le conoscenze e capacità conseguite sono verificate sia attraverso il superamento delle prove d'esame e idoneità, sia attraverso il monitoraggio dei risultati conseguiti partecipando ai Laboratori e attivandosi negli stages.

#### **Area di Scienza politica e dell'opinione**

##### **Conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti di quest'area (politologici, sociologici e statistici) forniscono, sul piano generale, conoscenza avanzata nel campo della comunicazione politico-elettorale, dell'analisi delle dinamiche d'opinione attraverso i sondaggi e delle strategie comunicative. Sul piano specifico, lo studente conoscerà gli specialismi della consulenza politica, cioè di quelle figure professionali che operano, a vario titolo, all'interno di team di comunicazione politico-elettorale e di sostegno alle azioni di governo sul piano comunicativo.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità sono progressivamente conseguite attraverso il completamento del percorso di studio e saranno verificate attraverso il superamento delle prove d'esame.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti mettono innanzitutto lo studente nelle condizioni di conoscere i principali strumenti di market research interpretando dati di sondaggio e di flussi elettorali. Gli insegnamenti inoltre i principi dell'approccio strategico integrato e gli consentono di monitorare le opportunità comunicative di ciascun contesto competitivo, valutando l'esito delle strategie di costruzione del consenso messe in atto da manager campaign, portavoce, addetto pubbliche relazioni, ufficio stampa, web strategist, etc.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità conseguite sono verificate sia attraverso il superamento delle prove d'esame e idoneità, sia attraverso il monitoraggio dei risultati conseguiti partecipando ai Laboratori e attivandosi negli stages.

#### **Area di Promozione e sviluppo del territorio**

##### **Conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti di quest'area (sociologici ed economici) forniscono conoscenze per progettare e realizzare la comunicazione di eventi finalizzati alla valorizzazione delle risorse del territorio come risorse strategiche per lo sviluppo economico sostenibile e la promozione turistica.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità sono acquisite attraverso la frequenza dei corsi specialistici, la partecipazione ai laboratori attivati e/o l'attivazione negli stages curricolari.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Le conoscenze acquisite sono quelle applicabili nelle attività di promozione, marketing territoriale e culturale, progettazione di grandi eventi e comunicazione per il turismo. Più precisamente lo studente acquisisce la capacità di applicare le conoscenze acquisite nel campo della progettazione di strategie comunicative, programmazione e gestione di flussi comunicativi, addetto alle pubbliche relazioni, realizzazione e gestione di mailing list, stesura di comunicati stampa, raccolta di rassegne stampa, progettazione funzionale e di flusso su siti web e piattaforme web 2.0.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità conseguite sono verificate sia attraverso il superamento delle prove d'esame e idoneità, sia attraverso il monitoraggio dei risultati conseguiti partecipando ai Laboratori e attivandosi negli stages.

#### **Area Giornalismo e informazione**

##### **Conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Gli insegnamenti di quest'area (storici e sociologici) forniscono conoscenze sulla evoluzione storica dei modelli giornalistici, sullo stato dell'editoria e dei sistemi mediali, sui processi di costruzione della notizia e le routine produttive dei diversi ambienti professionali, sulle logiche di notiziabilità dei fatti e sulle trasformazioni indotte dalla diffusione delle tecnologie web sul giornalismo tradizionale.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità sono acquisite attraverso la frequenza dei corsi specialistici, la partecipazione ai laboratori attivati e/o l'attivazione negli stages curricolari.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

**OBIETTIVI:** Attraverso questi insegnamenti lo studente che si prepara a diventare un comunicatore acquisisce le conoscenze più aggiornate sugli assetti del mondo dell'informazione e la abilità di stabilire relazioni corrette e, perciò, efficaci con i giornalisti e gli operatori dei media.

**STRUMENTI:** Le conoscenze e capacità conseguite sono verificate sia attraverso il superamento delle prove d'esame e idoneità, sia attraverso il monitoraggio dei risultati conseguiti dagli studenti partecipando ai Laboratori e attivandosi negli stages.

#### **Area Reti telematiche e ICT**

##### **Conoscenza e comprensione**

OBIETTIVI: Gli insegnamenti di quest'area (sociologici, economici e informatici) forniscono conoscenze sui temi chiave posti in evidenza dallo sviluppo della società dell'informazione. In particolare, da un lato mettono a fuoco le valenze di potenziamento del rapporto fra cittadini e Stato connesse sia alla digitalizzazione della pubblica amministrazione e dei servizi (e-government e e-commerce), sia alla progettazione di smart cities in grado di realizzare nuovi modelli di cittadinanza, più attivi e collaborativi. Complementare a questa prima dimensione è quella che mette al centro l'analisi delle potenzialità economiche innescate dallo sviluppo del mercato dei media e delle ICT.

STRUMENTI: Le conoscenze e capacità sono acquisite attraverso la frequenza dei corsi specialistici, la partecipazione ai laboratori attivati e/o l'attivazione negli stages curricolari.

#### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

OBIETTIVI: Le conoscenze trasmesse in quest'area forniscono allo studente le abilità tecniche, metodologiche e culturali tipiche delle scienze sociali, le quali sono oggi un'interfaccia indispensabile all'interno di qualsiasi attività progettuale di sviluppo tecnologico. Più specificamente, l'insieme degli insegnamenti di questa area rende lo studente consapevole del rilievo strategico delle nuove tecnologie sia dal punto di vista della dinamica virtuosa che si stabilisce fra ricerca e sviluppo, sia in riferimento alla realizzazione di nuovi modelli di amministrazione e governo più trasparenti e inclusivi. A partire da questa consapevolezza, le conoscenze acquisite consentono agli studenti di porre le premesse per partecipare alla progettazione di azioni volte a favorire la realizzazione dei principi basilari dell'Open government (partecipazione, collaborazione e trasparenza) tanto in ambito politico-comunicativo quanto sul versante della comunicazione.

STRUMENTI: Le conoscenze e capacità conseguite sono verificate sia attraverso il superamento delle prove d'esame e idoneità, sia attraverso il monitoraggio dei risultati conseguiti dagli studenti partecipando ai Laboratori e attivandosi negli stages.

**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/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale SECS-S/01 Statistica 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	33	Massimo non realizzabile: 126  51	30
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	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	27	18
<b>Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:</b>		-		

**Totale Attività Caratterizzanti**

51 - 78

## Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/20 - Filosofia del diritto L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese M-GGR/02 - Geografia economico-politica M-STO/04 - Storia contemporanea SPS/02 - Storia delle dottrine politiche 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	12	18	12

<b>Totale Attività Affini</b>	12 - 18
-------------------------------	---------

## Altre attività

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	9	9	
Per la prova finale	18	18	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	0	18
	Abilità informatiche e telematiche	0	18
	Tirocini formativi e di orientamento	0	18
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	18
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		18	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

<b>Totale Altre Attività</b>	45 - 99
------------------------------	---------

## Riepilogo CFU

<b>CFU totali per il conseguimento del titolo</b>	<b>120</b>
<b>Range CFU totali del corso</b>	108 - 195

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

(SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 )

(SPS/04 SPS/07 SPS/08 SPS/09 SPS/10 SPS/11)

La scelta di mantenere SSD già inseriti nell'ambito delle attività caratterizzanti (SPS/04, SPS/07, SPS/08, SPS/09, SPS/10, SPS/11) deriva da una duplice esigenza del corso di laurea.

Da un lato, espandere lo spazio di alcuni settori scientifico-disciplinari consente di ampliare le conoscenze fornite agli studenti attraverso gli insegnamenti di base offrendone loro di avanzati, attivati nello stesso settore delle attività caratterizzanti, ma declinati in chiave più specialistica nell'ambito delle attività integrative in ragione dei diversi interessi che animano il progetto formativo. Un progetto destinato a formare due principali tipologie di specialisti: quelli che operano nel campo della comunicazione politico-elettorale e quelli destinati invece a lavorare nel settore della comunicazione pubblica, con particolare riferimento all'ambito dell'informazione sui servizi, della valorizzazione dei commons e della promozione del territorio.

La seconda ragione che spinge a mantenere la presenza di alcuni SSD in entrambi gli ambiti delle materie caratterizzanti e affini/integrative è che per il Corso di laurea in Comunicazione pubblica e politica è strategica la possibilità di rafforzare il profilo disciplinare di un'offerta didattica che pur attingendo a saperi diversi si caratterizza soprattutto per la prevalente vocazione sociologica e politica.

## Note relative alle altre attività

Il corso di laurea intende potenziare il settore delle Altre attività nell'intento di svolgere in modo più organico e intenso funzioni di professionalizzazione e specializzazione della formazione, ri-spondendo così sia alle indicazioni delle parti sociali, sia all'esigenza di mettere gli studenti nella condizione di rendere operative le competenze acquisite. Due sono in particolare i tratti distintivi introdotti.

La prima innovazione consiste nell'aumentare il numero di CFU per la prova finale da 15 a 18 CFU. Coerentemente con l'esigenza di fare della tesi un'occasione di maturazione sul piano dei contenuti e di incontro con il mercato del lavoro, il corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e politica considera la prova finale come

il prodotto di un'attività di ricerca originale svolta sul campo, quanto più possibile legata a esperienze di tipo professionalizzante (stage e tirocini). Considera di conseguenza necessario riconoscere con equità l'assai significativo investimento sostenuto dagli studenti in termini di tempo, energie e risorse cognitive.

La seconda innovazione introdotta dal corso di laurea magistrale in Comunicazione pubblica e politica consiste nell'aumentare il numero di CFU per le Ulteriori attività formative, portandolo al massimo del range da 12 a 18 CFU e mantenendo aperta la possibilità di personalizzare l'offerta sulla base delle esigenze formative di ciascun studente. Tale scelta risponde a due logiche complementari.

In termini generali, l'incremento di CFU relativamente all'insieme delle voci che compongono le Ulteriori attività formative è finalizzato a: (1) potenziare il grado di internazionalizzazione dei laureati sia riconoscendo l'investimento degli studenti che hanno conseguito livelli intermedi o avanzati delle Certificazioni Europee, sia offrendo moduli di preparazione mirata, ad es. sulle tecniche di presentazione in lingua di report e progetti o di produzione di testi specialistici in lingua; (2) potenziare le competenze informatiche di base degli studenti, ma soprattutto la competenza avanzata per l'uso di software di analisi quantitativa, qualitativa e per la costruzione e la gestione di database, con particolare attenzione ai requisiti richiesti dalla crescente centralità dei big data nelle professioni collegate con la consulenza politica e la produzione di flussi informativi; (3) potenziare le competenze professionalizzanti acquisite durante il percorso formativo attraverso l'istituzione di laboratori didattici tenuti da professionisti del mondo della comunicazione e destinati a integrare i contenuti di carattere teorico-metodologico offerti nelle lezioni frontali con indicazioni specialistiche più ancorate alla dimensione applicativa (in particolare nel settore della comunicazione politico-elettorale, della comunicazione pubblica con particolare riferimento da un lato alla comunicazione in situazione di emergenza e di crisi, dall'altro alla comunicazione dell'Europa e alle tecniche di promozione delle risorse turistiche e del territorio).

Per quanto concerne l'architettura interna del settore riservato alle Ulteriori attività formative si mantiene fermo il principio di applicare l'intervallo 0-18 a tutte le dimensioni in cui esso si articola (nel caso specifico: Ulteriori conoscenze linguistiche, Abilità informatiche e telematiche, Tirocini formativi e di orientamento e Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro). Ciò consente di personalizzare quanto più possibile la progettazione dei percorsi didattici potenziando la tutorship e declinando questa parte del percorso formativo sulla base delle esigenze di ciascun studente. In questo modo, si incentiveranno, ad esempio, gli iscritti senza esperienze lavorative, ma con una buona formazione nel settore linguistico e informatico, a massimizzare l'utilizzo dei crediti previsti per i laboratori e gli stage, consigliando invece chi già opera nel mondo del lavoro e ha magari meno strumenti nel settore delle lingue straniere a colmare quanto più possibile queste lacune utilizzando ad esempio le risorse offerte dal Centro di formazione linguistica dell'Ateneo per raggiungere un livello adeguato a seguire i moduli laboratoriali specialistici offerti dal Corso di laurea magistrale nel settore della presentazione di report e scrittura di testi in lingua.

### **Note relative alle attività caratterizzanti**

RAD chiuso il 14/04/2015