



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Universit Telematica "Universitas MERCATORUM"
Nome del corso in italiano RD	COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA'(IdSua:1562900)
Nome del corso in inglese RD	Communication and Multimedia
Classe	L-20 - Scienze della comunicazione RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unimercatorum.it/
Tasse	
Modalità di svolgimento	d. Corso di studio integralmente a distanza

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MAZZOLI Graziella
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Corso di Studi
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facolt di ECONOMIA

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	79923ING-INF/05_Cognome	79923ING-INF/05_Nome	ING-INF/05	PA	1	Base/Caratterizzante
2.	FAVARETTO	Federico	SPS/09	OD	1	Base/Caratterizzante
3.	GIRALDI	Angelo	SECS-P/08	RD	1	Caratterizzante
4.	MAZZOLI	Graziella	SPS/08	OD	1	Base/Caratterizzante
5.	MEDA	Mauro	SECS-P/10	OD	1	Caratterizzante
6.	MENDUNI	Enrico	L-ART/06	OD	1	Caratterizzante
7.	PANARARI	Massimiliano	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante
8.	SQUITIERI	Raffaele	IUS/09	OD	1	Caratterizzante

Rappresentanti Studenti	Rappresentanti degli studenti non indicati
Gruppo di gestione AQ	SIMONA ANDREANO ANGELO CALLERAME LAURA MARTINIELLO ANDREA MAZZITELLI PATRIZIA TANZILLI ANTONIO VISICCHIO
Tutor	Ludovica Malknecht <i>Tutor disciplinare</i> Manuela Bartolotta <i>Tutor disciplinare</i> Vittoria Azzarita <i>Tutor disciplinare</i>



Il Corso di Studio in breve

22/01/2020

Il corso di laurea triennale in Scienze della comunicazione fornisce ai laureati una solida e ampia preparazione culturale e un'adeguata padronanza dei metodi di analisi delle informazioni e dei dati, da utilizzare anche alla luce di un contesto sociale in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi.

L'approfondimento teorico-pratico della metodologia di studio e comprensione dell'analisi dei dati uno degli strumenti portanti del CdS e consentir allo studente di sviluppare le competenze necessarie a orientarsi nella complessità della tematica, nonché di interpretare e utilizzare i diversi processi comunicativi.

Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

L'impianto generale del percorso di studi attinge a discipline dell'area umanistica e dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in un'ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca delle diverse conoscenze. Il percorso infatti concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Quest'ultima tipologia di insegnamenti stata rafforzata in un piano di studi caratterizzato da un approccio innovativo, strettamente legato alle varie dimensioni della comunicazione digitale d'impresa. Il focus principale del percorso verte in maniera preponderante sullo studio analitico anche in una chiave fortemente orientata verso l'ingresso dei discenti nel mondo del lavoro delle nuove tecnologie in grado di comunicare e diffondere messaggi tramite l'impiego di processi di multimedialità.

La proposta formativa completata da una preparazione intermedia (livello B1 del Quadro comune di riferimento europeo per le lingue) della lingua inglese, indispensabile per avviare verso delle opportunità professionali nell'orizzonte europeo e internazionale.



QUADRO A1.a

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

22/01/2020

Il lavoro operativo di progettazione ha preso avvio da una prima riflessione in seno ai Corsi di Laurea gi attivi in discipline correlate. Nel novembre/dicembre del 2019, ripartendo dal metodo di progettazione dello scorso anno, stato somministrato telefonicamente un campione di 3.500 imprese un questionario, volto a identificare i Corsi di Studio che le imprese valutano di interesse maggiore in termini di occupabilit futura, ovvero la domanda del mercato del lavoro, i profili professionali che ritengono di maggior interesse per le proprie attivit, la loro reperibilit e quindi la necessit di tali profili professionali nel breve e lungo periodo. Le risposte sono state 544 come si desume dal report disponibile al link correlato.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile ha consentito una valutazione qualitativa delle potenzialit degli ambiti occupazionali di riferimento. Le fonti maggiormente analizzate, anche usando i microdati, sono state i rapporti Excelsior ed Almalaurea.

L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione significativa quantizzabile nel documento di "Analisi della Domanda" (disponibile al link correlato), che riassume l'impianto di lavoro, prospettive e visione d'insieme. L'Ateneo ha infine avviato un cantiere di lavoro articolato in una serie di azioni ulteriori di accompagnamento alla progettazione delle schede insegnamento, attraverso convegni e seminari ad hoc, che consentiranno di proseguire il lavoro di co-progettazione progettazione e consultazione delle parti sociali.

Ai fini della validazione del Corso di Laurea, l'Ateneo ha quindi costituito un Comitato Proponente (CP) composto da professori Universitari e personalit di spicco sui temi oggetto di della progettazione formativa

L'Ateneo a valle di un processo consultivo informale ha individuato un Comitato di Indirizzo (CI), insieme al quale viene completata la co-progettazione del CdS. Il CI composto da una rappresentanza istituzionale espressione delle principali associazioni di categoria, da esponenti del mondo della Scuola, da alcuni esponenti del tessuto produttivo (al link correlato riportato l'elenco puntuale) ed stato convocato il 20 gennaio 2020 attraverso una consultazione aperta.

La bozza della parte ordinamentale della SUA CdS stata progettata dal CP con il CI ed stata sottoposta alle parti interessate attraverso l'invio di un questionario.

Gli esiti del questionario sono stati confrontati con l'analisi documentale parallelamente condotta dal CP. Il questionario stato indirizzato a incrociare le attitudini e le competenze previste per ogni professione individuata nella Scheda SUA secondo l'applicativo INAPP Fabbisogni imprese (<http://fabbisogni.isfol.it/>) con le esigenze espresse dai soggetti coinvolti, tenuto conto anche delle ADA presenti nell'Atlante del Lavoro (<https://atlantelavoro.inapp.org/>)

Pi in dettaglio, stata richiesta l'opinione delle parti sociali in ordine ai seguenti aspetti:


- a) Adeguatezza degli obiettivi formativi del Corso di Studi;
 - b) Adeguatezza delle abilit/competenze fornite dal Corso di Studi ed eventuali modifiche da apportare;
 - c) Grado di rilevanza sulle conoscenze/competenze/abilit possedute dai laureati Mercatorum;
 - e) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi, disciplinari/specifici e generici, in relazione al percorso formativo offerto, con richiesta di suggerimenti e critiche;
 - f) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle competenze richieste dalle figure professionali di riferimento.
- Il risultato complessivo rispetto alle interazioni effettuate con le parti sociali stato di grande soddisfazione, sia rispetto all'adeguatezza degli obiettivi formativi, alle conoscenze/abilit/competenze che si andranno a formare, all'adeguata rispondenza dei risultati di apprendimento attesi in relazione al percorso formativo offerto, sia in relazione alla soddisfacente rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle richieste di figure professionali di riferimento.

Si inteso pertanto creare un sistema aperto e inclusivo in cui varie fonti e varie modalit confluiscono nel Report "Analisi della Domanda" da intendersi come documento in "lavorazione" aggiornabile durante tutto il processo di istituzione del corso di Studio, anche al fine di raccogliere utili elementi per la progettazione di dettaglio dei singoli insegnamenti.

Si rende disponibile la pagina <https://www.unimercatorum.it/dcs-l-20> in cui sono disponibili i seguenti materiali:

Road Map complessiva dell'attività di ascolto e consultazione delle parti sociali
Decreto Rettorale di istituzione del Comitato Proponente
Decreto Rettorale di istituzione del Comitato di Indirizzo
Verbali del Comitato Proponente
Verbali del Comitato di Indirizzo
Elenco delle fonti consultate
Report "Documento di Analisi della domanda" da aggiornarsi anche in funzione degli esiti delle indagini di campo
Format di questionario per la raccolta delle opinioni delle parti economiche e sociali
Elenco dei questionari pervenuti

Link : <https://www.unimercatorum.it/dcs-l-20> (Pagina internet contenente il dettaglio di tutte le attività di consultazione e le relative evidenze documentali)


 QUADRO A1.b	Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)
---	--

20/02/2020

Le consultazioni sono effettuate dal Corso di Studio e i verbali delle riunioni del Comitato di Indirizzo sono disponibili al link esterno fornito.

Oltre ai verbali, viene redatto un documento di Analisi della domanda coerente con le Linee Guida adottate dal PQA.

Link : <https://www.unimercatorum.it/anvur-accREDITAMENTO-iniziale/aicds-l-20> (Analisi della domanda L20 (R44) - Reportistica Consultazioni Parti sociali (R62) - Verbali Comitati di Indirizzo (R45))

 QUADRO A2.a	Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
---	--

Responsabile della comunicazione

funzione in un contesto di lavoro:

Le funzioni del laureato si integrano a differenti livelli e modalità in diversi ambiti professionali nel campo della comunicazione digitale e multimediale. Il profilo diretto prevalentemente alla comunicazione aziendale e alla pubblicità e offre la possibilità di orientarsi in particolare verso le aziende multimediali e creative. Il corso di laurea triennale strutturato per preparare a ruoli professionali nei diversi apparati dell'industria culturale e nel settore aziendale dei servizi e dei consumi. Il laureato nel presente CdS sarà preparato per svolgere attività di analisi, di ricerca e di valutazione dei dati inerenti i settori della comunicazione e dei prodotti mediatici in genere. In particolare, il laureato sarà in grado di analizzare testi e prodotti mediatici complessi di carattere artistico e di finzione o di carattere informativo, come anche messaggi e campagne educative, pubblicitarie e di branding. In grado di redigere testi e organizzare contenuti, digitali e non, per realtà editoriali, agenzie pubblicitarie e di marketing, istituzioni e fondazioni internazionali pubbliche e private; può veicolare

contenuti attraverso media tradizionali e digitali; pu inoltre partecipare all'ideazione di campagne pubblicitarie, svolgere attivit promozionali e sfruttare le tecnologie digitali e multimediali sia nella fruizione e nella creazione artistica che nella gestione di eventi dello spettacolo.

competenze associate alla funzione:

Attivit di comunicazione in uffici di relazioni con il pubblico (o per conto) di enti pubblici e in altre strutture di comunicazione anche nel settore privato e del non profit; gestione di campagne promozionali, di marketing e di branding; selezione e gestione della comunicazione sulle diverse piattaforme e modalit possibili di enti pubblici e privati; addetto alla comunicazione interna di aziende o societ, nonch alla comunicazione rivolta ai diversi pubblici esterni; capacit organizzativa di eventi nell'ambito della cultura (manifestazioni, convegni, mostre) e della valorizzazione del territorio e del patrimonio artistico; produzione di contenuti e ideazione di testi per prodotti editoriali tradizionali e multimediali; realizzazione di attivit di comunicazione e promozione di prodotti e progetti, tenuto conto anche delle problematiche legislative implicate nell'utilizzo di materiali protetti da copyright e dei principi fondamentali del marketing e dell'economia delle industrie creative. I laureati saranno in grado di sviluppare tutte queste attivit tenendo conto dei mutamenti avvenuti nel mondo della comunicazione in relazione alla rivoluzione digitale e all'importanza assunta dai social media.

sbocchi occupazionali:

I laureati potranno trovare impiego in organismi e aziende operanti nell'ambito creativo-produttivo, nei settori dedicati al marketing, al branding, alla pubblicit e al content management di societ ed enti pubblici e privati. In particolare potranno essere occupati nell'industria dello spettacolo e dell'edutainment, editoriale, nel settore pubblicitario e di marketing. Altri sbocchi professionali possono essere rappresentati da impieghi negli enti pubblici e nelle aziende private che si occupano di eventi e attivit culturali.

Pi in dettaglio:

- Creatore e redattore di testi pubblicitari
- Esperto di comunicazione multimediale
- Addetto alle relazioni con il pubblico
- Operatore della comunicazione audiovisiva
- Brand content manager
- Content manager
- Organizzatore di eventi

Digital Media Strategist

funzione in un contesto di lavoro:

Le funzioni del laureato si integrano a differenti livelli e modalit in diversi ambiti professionali nel campo della comunicazione digitale. Il corso di laurea triennale strutturato per definire la strategia di un progetto di web marketing, gli strumenti messi a disposizione dai nuovi media pi adatti per ottenere il proprio obiettivo, le allocazioni di budget di una campagna di comunicazione massimizzandone efficacia - comunicare al giusto target - ed efficienza - comunicare al maggior numero di contatti -. Il laureato nel presente CdS sar preparato per svolgere attivit di analisi, di ricerca e di valutazione dei dati inerenti i settori della comunicazione, con una particolare attenzione al mondo del giornalismo e dell'informazione. In particolare il Digital Media Strategist sapr impostare strategie di marketing e comunicazione utilizzando i social media e sar in grado di identificare segmenti di target con alto, o potenzialmente alto, valore aggiunto per il cliente. A tale scopo, il Digital Media Strategist sapr analizzare ogni aspetto di un cliente/azienda e ogni sfaccettatura dell'interazione che i visitatori del sito dell'azienda hanno con l'azienda stessa, al fine di formulare strategie per migliorarne l'efficienza.

competenze associate alla funzione:

Esaminare gli obiettivi delle attivit on line dell'azienda e suggerire eventualmente ulteriori obiettivi; Esaminare il traffico del sito aziendale e formulare strategie e azioni per incrementarlo; Studiare attentamente le pagine di destinazione e dare consulenza per il miglioramento; Valutare il design complessivo del sito web e, se necessario, proporre revisioni; Valutare i contenuti e il copywriting del sito; Esaminare le funzioni di ricerca e di navigazione del sito; Analizzare e monitorare gli strumenti di interazione diretta con gli utenti (acquisto, lead generation, ecc) attraverso i quali i visitatori del sito possono rispondere alla "call to action" (carrello della spesa, modulo di contatto, ecc.).

sbocchi occupazionali:

I laureati potranno trovare impiego nelle Aziende, Agenzie di Comunicazione integrata, Agenzie di Pubblicit, Concessionarie di Pubblicit, Centri Media e Istituti di Ricerca.

Pi in dettaglio saranno in grado di ricoprire anche i ruoli:

- Redattore di contenuti per i media
- Marketing specialist
- Esperto di comunicazione multimediale

- Addetto alle relazioni con il pubblico
- Addetto ufficio stampa
- Operatore della comunicazione audiovisiva
- Social media manager
- Content manager
- Organizzatore di eventi



QUADRO A2.b

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Tecnici dell'acquisizione delle informazioni - (3.3.1.3.1)
2. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
3. Tecnici della pubblicit - (3.3.3.6.1)
4. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
5. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)



QUADRO A3.a

Conoscenze richieste per l'accesso

22/01/2020

L'ammissione al Corso COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA richiede il possesso di un Diploma di Scuola Media Superiore o altro titolo di studio conseguito all'estero e riconosciuto equipollente o idoneo dalla normativa vigente. Il riconoscimento dell'idoneità dei titoli di studio conseguiti all'estero ai soli fini dell'ammissione al Corso di Studio deliberato dall'Università, nel rispetto degli accordi internazionali vigenti, altresì richiede un'adeguata preparazione di base nell'ambito della lingua italiana e una buona conoscenza della cultura generale di base. Il livello di approfondimento delle conoscenze di base richiesto quello previsto nei programmi di studio delle scuole secondarie di secondo grado. Inoltre richiede un'adeguata conoscenza di una seconda lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano, almeno di livello B1 del quadro normativo di riferimento europeo.

La verifica della preparazione iniziale avverrà tramite un test di ammissione, secondo modalità indicate nel Regolamento Didattico del Corso di Studio. Agli studenti che non superano tale test, e intendono ugualmente iscriversi, sono assegnati Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) che verranno assolti con attività di recupero formativo consistenti nell'obbligo a seguire i precorsi (Corsi Zero) appositamente erogati dall'Università e a superare i relativi test finali.



QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

20/02/2020

Il corso di studio ad accesso libero. Ai sensi della normativa vigente (DM 270/04 art.6, comma 1) il Regolamento didattico del CdS prevede una verifica delle conoscenze volta a valutare il grado di preparazione individuale. Per chi intenda iscriversi al corso prevista, pertanto, una prova preliminare sulla lingua italiana e una buona conoscenza della cultura generale di base.

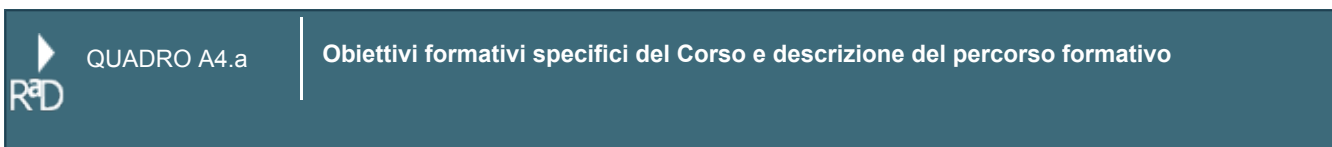
Tale prova svolta on-line in forma di un test di 30 domande a risposta multipla e si ritiene superata se si ottiene un punteggio

pari o superiore a 15. La verifica della preparazione iniziale mediante test ha lo scopo di orientare lo studente nella scelta del corso di studio e di valutare l'attitudine e la preparazione agli studi, documentandosi attraverso i moderni strumenti di comunicazione.

Nel caso lo studente non superi il test con un punteggio sufficiente, gli sar' assegnato un Obbligo Formativo Aggiuntivo (OFA), per assolvere il quale dovr' seguire un corso di recupero e ripetere successivamente il test, che verter' sugli argomenti trattati nel corso.

Le attivit' aggiuntive previste nel corso di recupero riguarderanno conoscenze relative alla lingua italiana e alle tematiche in ambito storico, artistico e letterario.

Link : <https://www.unimercaforum.it/anvur-accREDITAMENTO-INIZIALE/aicds-l-20> (Regolamento accesso (AI56) - Esempi di Test d'Ingresso (S15))



19/01/2020

Il corso di laurea si prefigge l'obiettivo di formare laureati dotati di una solida preparazione culturale e di un'adeguata padronanza dei metodi di analisi precipui delle scienze della comunicazione, in uno scenario oggi in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi, della globalizzazione dei mercati e delle culture, dell'evoluzione delle professioni e delle dinamiche relazionali consentite da Internet. Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

1. Equilibrio fra saperi teorici e saperi "pratici"

L'impianto generale del percorso di studi attinge da discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi. Il percorso concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Le discipline teoriche permettono di acquisire strumenti di analisi e di contestualizzazione dei fenomeni storici, sociali e culturali attinenti ai molteplici linguaggi e prodotti della comunicazione. Una parte rilevante dell'offerta formativa sar' dedicata all'analisi del mutamento indotto dalla digitalizzazione e dalle sue conseguenze sull'assetto complessivo dei media e dei processi comunicativi in tutti i settori. Le discipline con una pi' spiccata dimensione tecnico-operativa renderanno gli studenti capaci di sviluppare competenze pratiche e creative nei vari campi della comunicazione.

2. Articolazione delle attivit'

Le attivit' di base previste dal percorso di studi sono volte a fornire i contenuti e gli strumenti fondamentali per affrontare il percorso formativo, in particolare in riferimento ad ambiti essenziali della cultura umanistica, alle prerogative linguistiche e informatiche della comunicazione, ai fondamenti concettuali delle scienze della comunicazione e dei linguaggi mediali.

Le attivit' caratterizzanti riguardano specificamente il corso di studi e le sue articolazioni rispetto agli ambiti della comunicazione. Si ritiene di particolare importanza la formazione negli ambiti della museologia in relazione allo sviluppo delle arti multimediali e alla valorizzazione del patrimonio culturale, delle forme e dei linguaggi dello spettacolo, della psicologia della comunicazione, della sociologia dei processi comunicativi con particolare riferimento a media digitali.

Il percorso formativo completato da alcune discipline affini non previste dalla classe L-20 e tuttavia ritenute caratterizzanti. In particolare viene esteso il perimetro delle competenze dello studente alla conoscenza strumenti qualitativi e quantitativi della ricerca psico-sociale, alle implicazioni psico-pedagogiche dell'uso dei media sociali. Di particolare rilievo l'applicazione, in

un'ottica intermediale e transculturale, della narratologia e della comparatistica letteraria alle molteplici forme dello storytelling contemporaneo.

3. Struttura del percorso di studi

L'acquisizione delle competenze di base e caratterizzanti il percorso comune occupa il primo e il secondo anno del percorso di studi.


Il primo anno dedicato prevalentemente allo studio di discipline di base e da alcune caratterizzanti ma comuni a tutti i percorsi, di carattere sociologico, semiologico, storico, letterario e artistico. Un particolare accento viene posto sullo studio dei linguaggi audiovisivi nel contesto contemporaneo e sulle arti multimediali e sui fenomeni della produzione culturale e dell'industria creativa in genere.

Nel secondo anno le materie teoriche si arricchiscono di discipline fondamentali per il corso di laurea dedicate alle teorie dei linguaggi e dei media digitali, alla psicologia cognitiva applicata alla comunicazione, alla storia contemporanea, all'analisi comparativa di testi narrativi letterari e multimediali, ai processi economici dell'industria mediale. A queste si aggiungono discipline sociali caratterizzanti (o affini) in particolare di ambito economico.

A partire dal terzo anno, il quadro formativo si differenzia completandosi con una serie di discipline caratterizzanti che permetteranno ai laureati di costruire dei percorsi di studi pi specifici e in grado di orientarli verso le differenti professioni della comunicazione. Gli studenti frequenteranno da un lato discipline collegate maggiormente alla comunicazione per le imprese multimediali e alla pubblicit, dall'altro discipline legate allo studio della comunicazione nelle istituzioni e nella societ dell'informazione. Nel primo caso vengono acquisite conoscenze specifiche nell'ambito della comunicazione pubblicitaria, della costruzione della brand identity e della conduzione di ricerche con metodi qualitativi e quantitativi. Nel secondo caso vengono acquisite conoscenze nell'ambito di discipline dedicate ai linguaggi del giornalismo, alla comunicazione politica nel mondo globale, all'etica della comunicazione nel nuovo ecosistema digitale. Saranno inoltre impartiti insegnamenti relativi all'analisi dei dati applicabili alle dinamiche specifiche dei social media.

4. Specificit del modello didattico

Si sottolinea che il modello didattico di e-learning adottato dall'Universit UNIMERCATORUM particolarmente funzionale allo sviluppo di competenze informatiche e telematiche fondamentali anche sul piano formativo (e professionale). Le modalit di interazione docente-studente inoltre stimolano competenze e abilit espressive, comunicative e tecnologiche anch'esse centrali funzionali rispetto agli obiettivi del corso di studio.

 QUADRO A4.b.1	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
Conoscenza e capacità di comprensione	Il corso di laurea consente di acquisire le competenze fondamentali nel campo delle scienze della comunicazione. Nel loro insieme, gli insegnamenti previsti nelle aree umanistica, sociologica, economica, informatica, psicologica, giuridica, linguistica e artistica forniscono conoscenze approfondite delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione, con particolare riferimento al digitale. Lo studente sviluppa la capacità di comprendere e interpretare criticamente le dinamiche che caratterizzano i processi e comunicativi e i prodotti mediali nell'attuale contesto storico e sociale. Il processo di apprendimento avviene con il supporto di adeguati materiali didattici e strumenti di verifica dell'apprendimento: per quanto riguarda i materiali didattici, ogni corso dispone di un numero adeguato di videolezioni frontali, di incontri

interattivi sincronici (webconference) e diacronici (forum) e di libri di testo e/o articoli scientifici; per quanto riguarda gli strumenti di verifica, gli incontri interattivi gi citati e gli esercizi assumono una funzione di verifica in itinere, mentre la verifica finale avviene attraverso esami finali scritti e orali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente che completa con successo il corso di studi in possesso di una matura capacità di interpretazione critica dei processi comunicativi e padroneggia le metodologie di analisi proprie delle scienze sociali (qualitative e quantitative) applicate ai fenomeni della produzione e del consumo mediale nei campi dell'informazione, della comunicazione d'impresa, dell'arte, dello spettacolo, del turismo e della pubblicità. Il complesso degli insegnamenti nelle sue articolazioni disciplinari dota lo studente della capacità di operare concretamente negli ambiti professionali della comunicazione aziendale e istituzionale. La capacità di applicare le conoscenze raggiunta anche attraverso attività di didattica interattiva che implicano lo sviluppo di abilità comunicativo-espressive (verbali e tecnologiche) assimilabili a quelle richieste in ambito professionale. Tali attività consentono al laureato di acquisire la capacità di ideare, editare, sviluppare, monitorare e gestire in chiave transmediale la varietà degli artefatti comunicativi, assistiti da tutor esperti dei relativi settori e da docenti provenienti dal mondo delle professioni.

In particolare, la capacità di applicare conoscenza e comprensione verificata continuamente durante gli incontri interattivi (chat, aule virtuali, classi interattive, forum). Nelle discipline con più marcato carattere applicativo, ad esse si aggiungono esercitazioni mirate, casi di studio ed elaborati.

L'accertamento della acquisita capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene tramite gli esami di profitto in forma scritta e gli elaborati sui casi di studio oggetto della didattica interattiva.

▶ QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

Area Umanistica

Conoscenza e comprensione

Attraverso le discipline umanistiche incluse nel percorso di studi offerto si mira a fornire delle competenze teoriche nell'ambito dello studio dei diversi linguaggi che danno vita ai processi comunicativi e ai testi che li costituiscono. Questi obiettivi sono ottenuti grazie alla presenza di un insieme di insegnamenti sia di base che caratterizzanti. In particolare lo studio della Semiotica generale (M-FIL/05) fornisce degli strumenti teorici per lo studio dei sistemi semiotici e dei processi di significazione e di comunicazione. Le altre discipline dell'area sono orientate verso lo sviluppo di conoscenze relative ai diversi linguaggi e tipi testuali affrontati dal punto di vista sia storico che teorico. Con lo studio della narratologia e dello storytelling (L-FIL-LET/14), delle arti visuali e nuove tecnologie rappresentative (L-ART/04), della Semiotica dei media e degli audiovisivi digitali (L-ART/06), gli studenti sviluppano delle conoscenze delle forme di comunicazione più complesse, in particolare approfondendo lo studio dei linguaggi letterari, artistici e audiovisivi contemporanei. Attraverso il corso di narratologia e storytelling (L-FIL-LET/14) si forniscono gli strumenti narratologici per un'analisi comparativa della letteratura e delle altre arti, focalizzando l'attenzione sui fenomeni intermediali e transculturali che caratterizzano l'orizzonte storico-culturale più recente. Il corso di arti visuali e nuove tecnologie rappresentative (L-ART/04) offre un'introduzione ai linguaggi visuali contemporanei attraverso lo studio preliminare delle avanguardie storiche a cui segue un approfondimento sui mutamenti prodotti dalle moderne tecnologie con una particolare attenzione ai fenomeni della presentazione e fruizione delle opere. Lo studio della storia contemporanea (M-STO/04) fornisce l'indispensabile inquadramento storico dei fenomeni citati. Completano il quadro le due discipline nel settore L-ART/06: semiotica dei media, e audiovisivi digitali. Il primo corso ha l'obiettivo di approfondire le conoscenze semiologiche in due direzioni: l'analisi dei testi e dei prodotti mediatici e delle esperienze che essi producono nei ricettori, lo sviluppo di conoscenze più articolate dei linguaggi visivi. Il secondo corso finalizzato allo sviluppo di competenze simili al primo, ma maggiormente orientate all'uso dello storytelling in una dimensione aziendale e pubblicitaria.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le discipline teoriche del corso di studi permettono di sviluppare una comprensione generale dei linguaggi e dei processi

comunicativi e di maturare delle capacità di analisi dei diversi tipi di testi (orali, scritti, visivi e audiovisivi). A partire da un inquadramento storico dei fenomeni in questione, lo studente indirizzato a procedere a delle letture analitiche appropriate. Una parte delle attività di studio quindi dedicata ad esercitazioni ed elaborati che rientreranno nelle attività di didattica interattiva, all'interno delle singole discipline, che consentano agli studenti di collocare gli oggetti di studio da un punto di vista storico-culturale, e di saper procedere all'interpretazione di fonti testuali, visive ed audiovisive. Tali attività sono mirate alla maturazione di competenze critiche e di abilità espressive utili alla descrizione critico-tematica ed analitica di testi letterari, di testi figurativi e di opere cinematografiche, nonché alla stesura di recensioni di testi di varia natura. Molta attenzione sarà inoltre dedicata alle discipline dedicate ai diversi aspetti della comunicazione digitale. Attraverso tale confronto, si prevede di stimolare la consapevolezza riguardo le caratteristiche specifiche di alcuni ruoli (social media manager nella comunicazione istituzionale e politica, social media manager nel marketing, editors in ambito multimediale; curatori di mostre e di progetti di valorizzazione digitale dell'arte, per citare solo alcuni esempi), e di fornire nella piattaforma spazi in cui sviluppare dei project works, in cui le studentesse e gli studenti saranno guidati dai docenti-tutor. In questa maniera, si intende tradurre al meglio l'imperativo del "learning by doing", fornendo quindi alle studentesse e agli studenti l'opportunità di scoprire meglio le proprie attitudini e di mettere in gioco le competenze già maturate.

Per un'analisi approfondita delle attività e delle modalità di sviluppo e di verifica delle competenze si rimanda alle schede individuali degli insegnamenti.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Arti visuale e nuove tecnologie rappresentative [url](#)

Audiovisivi digitali [url](#)

Narratologia e storytelling [url](#)

Semiotica Generale [url](#)

Semiotica dei Media [url](#)

Storia Contemporanea [url](#)

AREA SOCIOLOGICA E MASSMEDIologica

Conoscenza e comprensione

Il percorso formativo del Corso di laurea in Comunicazione e multimedialità mira a fornire una conoscenza approfondita delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione nel nuovo contesto digitale; permette di sviluppare una comprensione delle dinamiche e delle tendenze che caratterizzano gli attuali processi comunicativi e mira a fornire gli strumenti per inquadrare gli stessi processi nel contesto storico e sociale. Questi obiettivi sono ottenuti grazie alla presenza di un insieme di insegnamenti sia di base che caratterizzanti. In particolare le discipline afferenti ai settori SPS/08 (Sociologia della comunicazione) ed SPS/07 (Metodologie della ricerca nella società digitale) forniscono le conoscenze teoriche relative alle basi sociologiche dei sistemi di comunicazione e ai metodi di ricerca adeguati ad essi. Le discipline pedagogiche, nel nostro caso, Tecnologie digitali e processi cognitivi (M-PED/04), sono finalizzate a fornire agli studenti conoscenze sulle basi cognitive dei processi comunicativi e a presentare le loro possibili applicazioni nella realizzazione di prodotti mediatici. L'area sociologica completata dalle discipline di diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione (IUS/09) e diritto della comunicazione commerciale (IUS/04), che forniscono elementi sui confini giuridici che i discenti dovranno aver assimilato per sapersi muovere nel settore professionale in uscita da questo percorso di studi. Alle materie teoriche si aggiungono numerose discipline che si muovono fra analisi teorica dei processi comunicativi e sviluppo della capacità di operare concretamente in essi.

Il percorso inoltre caratterizzato dalla presenza dei corsi in: Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale (SECS-P/10); Community management (M-PSI/07); Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy (SECS-P/08); Search Engine Optimization (ING-INF/05); Tecniche della rappresentazione digitale (ICAR/17); Digital and Social Media Management (SPS/08). Il corso di Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale fornisce le competenze teoriche e pratiche per padroneggiare la comunicazione d'impresa nel contesto attuale; il corso di Community management finalizzato alla comprensione dell'impatto delle complesse dinamiche emotive, sia intrapsichiche sia relazionali, sulle comunicazioni a livello dei microsistemi (relazioni interpersonali) come pure dei macro (interazioni sociali); il corso di Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy dedicato alla comprensione dei processi e al padroneggiamento delle tecniche che permettono alle aziende di adeguare la produzione ai consumatori; il corso di Search Engine Optimization ha le stesse finalità ma dedicato espressamente all'uso dei motori di ricerca nel Marketing; il corso di Tecniche della rappresentazione digitale permette di applicare le conoscenze generali relative alla comunicazione aziendale alla costruzione della "Brand Identity" di un'azienda o di un ente; la disciplina Digital and Social Media Management fornisce le competenze necessarie per analizzare e sviluppare una campagna pubblicitaria nel contesto digitale e anche la capacità di

analizzare testi e prodotti multimediali pubblicitari e per valutare la ricezione di tali testi, il corso contribuisce allo sviluppo di competenze pratiche nella comunicazione pubblicitaria, in particolare riguardo al lavoro del copywriter.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il percorso di studi verte sulla capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, attraverso un utilizzo degli strumenti appresi in modo attivo e finalizzato all'elaborazione e alla gestione delle problematiche inerenti il mondo della comunicazione istituzionale e d'impresa, dei mass-media e dei testi e prodotti mediatici, secondo lo sviluppo tecnologico e l'articolazione sociologica di riferimento. Una parte rilevante delle attività di studio è dedicata ad esercitazioni e attività di didattica interattiva che consentano agli studenti di sperimentare attivamente l'uso e l'applicazione delle conoscenze acquisite. Il corso di Tecnologie digitali e processi cognitivi si presenta come il prototipo ideale dei corsi caratterizzati da un'integrazione tra strumenti teorici (la psicologia cognitiva e la pedagogia) e capacità di applicarli attraverso l'interazione e la cooperazione tra studenti mediata e coordinata dal docente.

Le discipline teorico-applicative come Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale (SECS-P/10), Tecniche della rappresentazione digitale (ICAR/17), Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy (SECS-P/08), Search Engine Optimization (ING-INF/05), Digital and Social Media Management (SPS/08), danno una grande rilevanza alle attività di didattica interattiva. Tali attività sono mirate alla realizzazione di prodotti comunicativi di tutti i generi pertinenti, alla pianificazione di prodotti e campagne pubblicitarie e alla realizzazione di progetti di brand, assistiti da tutor esperti del settore e da operatori impegnati nei mercati di riferimento. In questo quadro assumono una grande rilevanza gli elaborati, costruiti per permettere a studentesse e studenti di sviluppare delle competenze applicative nei nuovi settori legati alla società digitale.

Per un'analisi approfondita delle attività e delle modalità di sviluppo e di verifica delle competenze si rimanda alle schede individuali degli insegnamenti.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Community management [url](#)

Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale [url](#)

Digital and Social Media Management [url](#)

Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione [url](#)

Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy [url](#)

Metodologia della ricerca nella società digitale [url](#)

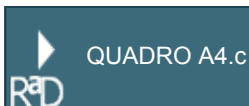
Processi economici e produttivi delle Media Company [url](#)

Search Engine Optimization [url](#)

Sociologia della comunicazione [url](#)

Tecniche della rappresentazione digitale [url](#)

Tecnologie digitali e processi cognitivi [url](#)




Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

L'intero percorso formativo offre strumenti per acquisire autonoma capacità di verifica, di analisi e d'interpretazione critica dei materiali specifici, dei documenti, dei linguaggi, delle questioni storiche e metodologiche relativi alle discipline di riferimento, per valutazioni originali e per individuare gli opportuni risvolti operativi. Le modalità di verifica dell'autonomia di giudizio prevedono prove scritte e/o orali, oltre alla presentazione di relazioni su argomenti specifici.


Al termine del percorso di studi lo studente è in grado di comunicare con chiarezza ed efficacia, sia in lingua italiana sia in inglese, anche attraverso l'utilizzo di supporti e tecnologie multimediali

Abilità comunicative	<p>appropriate, i contenuti relativi agli ambiti della comunicazione in base alle specificità di quest'ultimi. Deve sapersi esprimere con proprietà di linguaggio e con le competenze lessicali specifiche. Il laureato deve saper utilizzare a fine comunicativa, sia oralmente che per iscritto, un'altra lingua europea con proprietà di linguaggio. Il laureato deve inoltre saper utilizzare gli strumenti informatici e della comunicazione telematica.</p> <p>La verifica dell'acquisizione delle abilità comunicative avrà luogo attraverso la valutazione delle prove di esame e degli eventuali gruppi di lavoro e sarà valutata complessivamente in sede di prova finale.</p>
Capacità di apprendimento	<p>Al termine del percorso di studi il laureato possiede capacità di apprendimento funzionali al proseguimento dell'avventura formativa in un corso di studi di livello superiore (laurea magistrale, master) nei vari settori della comunicazione: giornalismo e sistemi editoriali, advertising e comunicazione d'impresa ecc.</p> <p>Il laureato deve acquisire capacità di apprendimento flessibile, continuo e dinamico, che lo renda autonomo e consapevole nell'intraprendere più avanzati percorsi formativi universitari e nell'indispensabile arricchimento della sua formazione universitaria con le nozioni concrete e settoriali conseguenti all'inserimento e al permanere in un mondo del lavoro in rapida modificazione.</p> <p>Le modalità di verifica della capacità di apprendimento prevedono prove scritte e/o orali, oltre alla presentazione di elaborati su argomenti specifici.</p>

 QUADRO A5.a | **Caratteristiche della prova finale**

19/01/2020

La Laurea si consegue con il superamento di una prova finale, che consiste nella redazione di un elaborato scritto a cura dello studente sotto la guida di un docente Relatore. L'elaborato dovrà riguardare un tema, un progetto di sviluppo multimediale, un caso di studio, la progettazione di un contest inerente uno degli insegnamenti del percorso di studio.

 QUADRO A5.b | **Modalità di svolgimento della prova finale**

20/02/2020

Le modalità di svolgimento della prova finale sono definite nel Regolamento del Corso di Studio.

Link : <https://www.unimercaorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20> (Regolamento Prova Finale (AI27) - Regolamento del CdS L20 (R48))



▶ QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Descrizione del percorso di formazione

Link: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-I-20>

▶ QUADRO B1.c

Articolazione didattica on line

20/02/2020

Le attivit didattiche si svolgono in modalit e-learning, utilizzando le seguenti metodologie:

- 1) erogazione di lezioni multimediali ed interattive, seguite da interventi sincroni e asincroni di e-counseling sui contenuti e da test o prove di valutazione formativa;
- 2) didattica interattiva sincrona ed asincrona via chat, web conference, forum, e-mail;
- 3) attivit collaborative di tipo e-tivity in ambiente online.

Le attivit di didattica erogativa (DE), didattica interattiva (DI) e autoapprendimento (A) sono progettate al fine di valorizzare l'apprendimento in stretta relazione con gli obiettivi formativi dello specifico insegnamento.

Descrizione link: Piano di studi - R47

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-I-20>

▶ QUADRO B1.d

Modalit di interazione prevista

20/02/2020

Il processo formativo gestito in raccordo tra docente e tutor di riferimento che hanno, a seconda della loro funzione, compiti di orientamento, monitoraggio e di sollecitazione motivazionale, di supporto tecnico e multimediale, metodologico didattico e di coordinamento.

Il docente la figura centrale che possiede competenze disciplinari, il tutor affianca il docente per le attivit comunicative, organizzative e di supporto.

Nelle attivit di progettazione dei materiali didattici (DE) e nelle discussioni tematiche avviate in piattaforma (DI), il docente affiancato dalla figura dell'e-cultore, esperto della materia, individuato dai preposti organi accademici fra coloro che abbiano titoli a ricoprire la figura di cultore della materia. Al cultore della materia non vengono attribuite responsabilit didattiche che dunque svolge solo attivit di supporto al docente.

Sono stati previste attivit di formazione continua sulla DE e DI, i cui destinatari sono gli attori della didattica on-line.

La composizione dello staff tutoriale, coordinata dal docente disciplinarista e titolare dell'insegnamento, consente sia un monitoraggio puntuale delle attivit proposte allo studente e sia di intervenire per una continua assistenza e supporto

motivazionale utile agli studenti, anche integrando attività di didattica erogativa (DE) e/o didattica interattiva (DI).

Lo staff tecnologico, infine, supporta il docente anche nella pianificazione complessiva.

Descrizione link: Interazione con gli studenti B1d (E20)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO B2.a | **Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

▶ QUADRO B2.b | **Calendario degli esami di profitto**

▶ QUADRO B2.c | **Calendario sessioni della Prova finale**

▶ QUADRO B3 | **Docenti titolari di insegnamento**

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-P/10	Anno di corso 1	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale link	MEDA MAURO	OD	6	48	✓
2.	SPS/08	Anno di corso 1	Sociologia della comunicazione link	MAZZOLI GRAZIELLA	OD	12	96	✓
3.	L-FIL-LET/14	Anno di corso 2	Narratologia e storytelling link	PIGA EMANUELA		9	72	
4.	SPS/09	Anno di corso 2	Processi economici e produttivi delle Media Company link	FAVARETTO FEDERICO	OD	6	48	✓
5.	L-ART/06	Anno di corso 3	Audiovisivi digitali link	MENDUNI ENRICO	OD	9	72	✓
6.	IUS/09	Anno di corso 3	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione link	SQUITIERI RAFFAELE	OD	9	72	✓
7.	SECS-P/08	Anno di corso 3	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy link	GIRALDI ANGELO	RD	9	72	✓

▶ QUADRO B4 | **Aule**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule, Laboratori, Sale di studio e Biblioteche



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule, Laboratori, Sale di studio e Biblioteche



Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule, Laboratori, Sale di studio e Biblioteche



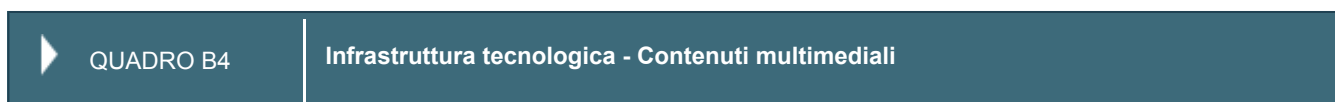
Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule, Laboratori, Sale di studio e Biblioteche



Descrizione link: Guida all'utilizzo della Piattaforma E-learning (E26)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>



Descrizione link: Guida tecnologica per didattica interattiva (E28)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>



Questo servizio organizzato e integrato tra le funzioni svolte dall'Ateneo; il CdS direttamente coinvolto nell'ambito del servizio. L'Ateneo e il CdS svolgono attività di orientamento in ingresso rivolto agli studenti di scuola secondaria superiore al fine di stimolarne scelte consapevoli per un proprio processo formativo e a favorirne il passaggio all'Università.

Per quanto concerne lo studente adulto, già inserito nell'attività lavorativa, l'orientamento e la formazione si dispiegano nelle forme proprie del life long learning, ossia quel percorso di apprendimento permanente teso ad aggiornare costantemente il bagaglio culturale e professionale dell'individuo, giacché la società globalizzata e l'introduzione sempre più frequente di innovazioni lo spingono e quasi lo obbligano a tenersi al passo con il cambiamento.

Le attività offerte consistono in:

- a) incontri in Ateneo che prevedano un tour virtuale attraverso la piattaforma e-learning, spiegazioni differenziate delle offerte formative, a seconda degli interessi e delle competenze in entrata;
- b) valutazione delle competenze in entrata e questionario di autovalutazione "conosci te stesso", disponibili in piattaforma o in presenza, al fine di comprendere predisposizioni naturali, interessi e aspetti della personalità dei futuri discenti;
- c) eventuali corsi di formazione gratuiti sulle tecniche di apprendimento per gli studenti, a partire dalla valutazione delle competenze in entrata;
- d) incontri in loco per presentare l'offerta formativa nei quali gli studenti avranno la possibilità di chiarire i loro quesiti attraverso l'incontro con tutor ed orientatori; "lezioni prova" per le aspiranti matricole che potranno utilizzare la piattaforma online per acquisire competenze nella gestione dell'apprendimento in rete.

Significativa l'attività con le scuole che prevede:

1. Informazioni precise, sintetiche e schematiche sull'offerta formativa.
2. Orientamento e assistenza ex ante, in itinere ed ex post.
3. Contatto diretto con docenti, tutor e personale specializzato.
4. Un learning environment, altamente personalizzabile, atto ad arricchire e a promuovere le singole esigenze dei discenti, con servizi di comunicazione sincrona e asincrona.
5. Opportunità di interazione tra discenti per promuovere una comunicazione individualizzata, condividere materiali, favorire iniziative, divulgare avvisi, risolvere problemi, eccetera.
6. La riorganizzazione e il potenziamento delle azioni che pongono al centro lo studente mediante monitoraggio della carriera, definizione e integrazione dei saperi in entrata, attività di tutorato.
7. La raccolta di esigenze formative del discente al fine di compiere un'analisi dettagliata delle richieste dell'utenza.

È in fase di progettazione una summer school con corsi e giochi interattivi sulle discipline del CdS di avvicinamento alla materia.

Descrizione link: Linee Guida Orientamento in Ingresso (E41)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

Questo servizio organizzato e integrato tra le funzioni svolte dall'Ateneo; il CdS direttamente coinvolto nell'ambito del servizio.

Le attività di orientamento in itinere offrono un insieme di servizi di guida/consulenza agli studenti durante il percorso di studi. L'orientamento in itinere viene attuato, nell'ambito del CdS, dai tutor con la supervisione del coordinatore CdS.

Il tutor ricopre un ruolo fondamentale nel processo di apprendimento on line. In questa dimensione, il tutor si occupa di assistere i discenti nel processo di formazione risolvendo eventuali criticità legate al processo di apprendimento, tramite l'inserimento in piattaforma di eventuali avvisi e modalità di studio dei singoli corsi.

Trattandosi di formazione a distanza, il tutor orientatore ha il compito di supportare, guidare e motivare i discenti, i quali rischierebbero - essendo fisicamente distanti - di estraniarsi dal percorso formativo. Egli deve, altresì, orientare il discente nella fase iniziale dei collegamenti nella piattaforma tecnologica (richiesta, quindi, una certa familiarità con gli strumenti informatici e/o social network), rispondere ai suoi quesiti, fornire indicazioni sui materiali didattici da utilizzare e/o di approfondimento nonché sulle modalità degli esami. D'altra parte, la funzione del tutor quella di raccordo tra il docente e gli studenti: in tale ottica, il tutor raccoglie eventuali istanze da parte degli studenti su problematiche inerenti la fruizione dei materiali in piattaforma e su eventuali divergenze tra materiale studiato in piattaforma e quanto richiesto in sede d'esame.

Tutta l'attività del tutor coordinata a monte da un docente, delegato alla didattica dall'Università, che supporta il tutor stesso nella sua attività di orientamento e assistenza agli studenti. Ci al fine di migliorare gli standard di qualità e la gestione di tutta l'informazione presente in piattaforma.

In sintesi l'attività di orientamento e di affiancamento del tutor finalizzata a:

1. garantire allo studente la qualità della didattica;
2. fornire una formazione culturale aggiornata ed una preparazione professionale consona alle esigenze poste dalla società e dal mondo del lavoro;
3. far emergere le peculiari attitudini dello studente onde svilupparne la creatività e le competenze necessarie all'ingresso nel mondo del lavoro e alla riqualificazione professionale;
4. assicurare la sostenibilità, da parte dello studente, del carico complessivo dell'attività programmata per ciascun periodo didattico e dei relativi ritmi di lavoro;
5. rimuovere le particolari difficoltà incontrate dagli studenti nella prima fase degli studi universitari;
6. favorire lo sviluppo cognitivo, facendo ricorso prevalentemente a modalità di apprendimento aperto e autonomo idonee alla formazione professionale, anche continua e permanente, degli utenti, nella fattispecie degli utenti/lavoratori e di utenti diversamente abili.

Infine, l'attività del tutor si esplica non solo nella fase di gestione della didattica erogativa ma anche nel raccordo tra docente e studente in fase di fruizione della didattica interattiva, rispetto a delle scadenze didattiche (consegna degli elaborati previsti, partecipazione alle web conference, ricevimenti on line, etc.).

Per raggiungere gli obiettivi di cui sopra, l'orientatore trasferisce ai discenti un vero e proprio metodo di studio con l'obiettivo di pervenire ad uno standard di apprendimento più robusto ed efficace.

Le attività di tutoraggio on-line si svolgono mediante:

- a. monitoraggio del sistema di tracciamento automatico delle attività formative;
- b. registrazione delle attività di monitoraggio didattico e tecnico (quantità e qualità delle interazioni rispetto alle scadenze didattiche).

I relativi dati sono resi disponibili al docente e allo studente per le attività di valutazione e di autovalutazione.

L'orientamento avviene in forma interattiva come guida/consulenza, coordinamento dell'andamento complessivo della classe e coordinamento del gruppo di studenti. Tali attività utilizzano i diversi strumenti di interazione disponibili (sistema di FAQ, forum, incontri virtuali, seminari live di approfondimento). Il Tutor per la didattica on-line ricorre a test online periodici e ad interrogazioni virtuali sincrone e asincrone con modalità interattiva attraverso un sistema di aula virtuale.

Su base trimestrale il Coordinatore del CdS promuove una riunione di monitoraggio con l'obiettivo di pianificare le azioni correttive.

Descrizione link: Linee Guida Orientamento in itinere (E42)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

A partire dall'anno accademico 2016 /2017, grazie a una Convezione con l'Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'estero, gli studenti potranno svolgere il periodo di stage anche all'estero. Sul fronte dei programmi di mobilità per tirocinio, la rete delle Camere di Commercio fornirà grande supporto all'azione di coinvolgimento delle aziende presenti sul territorio.

20/02/2020

Quest'obiettivo particolarmente sentito da Universitas Mercatorum, che nel tempo ha avviato numerose e proficue collaborazioni con il mondo imprenditoriale, al fine di colmare il divario tra ricerca e realtà imprenditoriale e sostenere l'innovazione nelle PMI.

Inoltre Universitas Mercatorum ha ricevuto dalla Commissione Europea il riconoscimento della Erasmus Charter for Higher Education (ECHE), che permette all'Università di partecipare a tutte le attività di cooperazione e mobilità europea e internazionale nell'ambito del nuovo Programma Erasmus+ per l'istruzione e formazione 2014/2020, consolidando i diversi progetti finora realizzati in ambito internazionale e intraprendendo nuove azioni di internazionalizzazione.

Descrizione link: Linee Guida Orientamento in uscita (E43) - Linee Strategiche Internazionalizzazione adottate dal Senato (E49)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

i

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

Universitas Mercatorum ha ricevuto dalla Commissione Europea il riconoscimento della Erasmus Charter for Higher Education (ECHE), che permette all'Università di partecipare a tutte le attività di cooperazione e mobilità europea e internazionale nell'ambito del nuovo Programma Erasmus+ per l'istruzione e formazione 2014/2020, consolidando i diversi progetti finora realizzati in ambito internazionale e intraprendendo nuove azioni di internazionalizzazione.

La partecipazione ai programmi di mobilità Erasmus+ rappresenta uno straordinario incentivo per gli studenti e neolaureati, non solo al fine di migliorare la propria performance di apprendimento e rafforzare il grado di occupabilità e le prospettive di carriera, ma anche al fine di aumentare la partecipazione più attiva alla società nonché migliorare la consapevolezza del progetto europeo e dei valori dell'UE.

Per quanto riguarda il personale docente e amministrativo, Erasmus+ rappresenta una straordinaria opportunità per rafforzare le proprie competenze, accrescere la capacità di determinare cambiamenti in termini di modernizzazione e apertura internazionale all'interno dell'Ateneo, nonché migliorare la qualità del lavoro e delle attività a favore degli studenti.

In questa prospettiva, Universitas Mercatorum si prefigge di promuovere la partecipazione degli studenti, dei docenti e dello staff ai programmi di mobilità Erasmus+ e di sostenere fortemente il coinvolgimento di docenti e ricercatori stranieri nello svolgimento dei programmi di studio, anche incoraggiando l'uso della lingua inglese negli insegnamenti impartiti presso l'università.

Sul fronte dei programmi di mobilità per tirocinio, la rete delle Camere di Commercio fornisce grande supporto all'azione di coinvolgimento delle aziende presenti sul territorio. Quest'obiettivo particolarmente sentito da Universitas Mercatorum, che nel tempo ha avviato numerose e proficue collaborazioni con il mondo imprenditoriale, al fine di colmare il divario tra ricerca e realtà imprenditoriale e sostenere l'innovazione nelle PMI.

2. A seguito del rilascio della Carta Erasmus+, l'Ateneo ha avviato l'organizzazione delle strutture di supporto scientifico e amministrativo alle varie attività correlate all'avvio e al funzionamento dei programmi di mobilità individuale Erasmus+. Le strutture di riferimento sono:

- la Commissione scientifica per le Relazioni Internazionali, composta dai docenti Simona Andreano e Giulio Piccirilli, cui affidata la promozione e la stipula degli accordi interistituzionali Erasmus e degli accordi di cooperazione internazionale, previa approvazione da parte del Rettore, attraverso la verifica preliminare dei percorsi formativi e delle attività didattiche e di ricerca delle università; le attività di selezione degli studenti candidati per la mobilità outgoing e la stipula, previa approvazione da parte del Coordinatore del CDL, del learning agreement tra Universitas Mercatorum, l'ateneo ospitante e lo studente selezionato per l'approvazione del programma di studi da seguire all'estero; il monitoraggio delle attività formative svolte dagli studenti presso gli istituti partner al fine di garantirne la coerenza con gli obiettivi formativi del CdL in cui lo studente iscritto; l'approvazione, al termine del soggiorno all'estero, del programma concordato con lo studente al fine di assicurare il riconoscimento dei crediti maturati; e le attività di supporto accademico agli studenti incoming al fine di garantire un corretto svolgimento delle loro attività formative presso l'Ateneo;

- l'ufficio per le Relazioni Internazionali (dott.ssa Patrizia Tanzilli e dott. Simone Costa), cui affidata la gestione degli aspetti amministrativi inerenti le attività di mobilità (es. richiesta di sovvenzione comunitaria per la mobilità di studenti e personale, procedura di riconoscimento crediti, stipula dell'accordo finanziario con lo studente, richiesta delle licenze per l'Online Linguistic Support e assegnazione delle licenze agli studenti, ecc.), nonché le attività di supporto ai docenti interessati a partecipare ad una call nell'ambito del programma Erasmus+ o di altri programmi nazionali e internazionali, finalizzati all'erogazione di fondi per l'attuazione di progetti di cooperazione, e l'assistenza amministrativa nella fase di realizzazione dei progetti;

- la Segreteria Studenti, cui affidata l'assistenza degli studenti che partecipano ai programmi di mobilità per l'espletamento delle incombenze burocratiche nella fase antecedente, durante e successiva alla permanenza all'estero, anche attraverso indicazioni pratiche per l'alloggio, la mensa, corsi di italiano, accesso a biblioteche e iniziative culturali offerte dalla città ecc.

Sul piano operativo, la Commissione per le Relazioni internazionali, costituita a marzo 2015, sta attualmente curando, anche attraverso la valorizzazione di rapporti di collaborazione già avviati dai docenti dell'Ateneo con atenei stranieri, le attività preliminari alla stipula delle convenzioni con altri atenei europei.

L'Ateneo ha presentato la propria candidatura all'Agenzia nazionale Indire in occasione del bando 2016, al fine di ottenere la sovvenzione comunitaria per i progetti di mobilità afferenti alla "Key action 1" (mobilità individuale). Pertanto, a partire dall'anno accademico 2016/2017, gli studenti stanno concorrendo regolarmente all'assegnazione di borse di mobilità Erasmus ai fini di studio da svolgere nel medesimo anno accademico presso le Università europee partner.

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Bulgaria	EPU - European Polytechnical University		08/09/2015	solo italiano
2	Portogallo	Universidade Aberta Lisboa		08/09/2015	solo italiano
3	Spagna	Universidad a distancia de Madrid		08/09/2015	solo italiano

Il dipartimento di Job Placement dell'Universitas Mercatorum stato istituito con la primaria finalit di sviluppare e potenziare la collaborazione tra Universit e mondo produttivo, nonch l'attivazione di nuovi strumenti di aggregazione per raccogliere stimoli dalle imprese e dagli enti interessati a cooperare con l'Ateneo nell'individuazione e nel perseguimento di attivit comuni. Il servizio di Job Placement dell'Universitas Mercatorum:

20/02/2020

PROMUOVE

un dialogo costante tra Universit-Imprese

SVILUPPA

una rete di contatti privilegiati tra l'Ateneo e le Aziende presenti su tutto il territorio internazionale

SUPPORTA

l'internazionalizzazione per la promozione e la tutela del "Made in Italy" di qualit

REALIZZA

progetti di alternanza Universit-Lavoro

Descrizione link: Linee Guida Orientamento in uscita (E43)

Link inserito: <https://www.unimercuratorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>



▶ QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Non applicabile a questa fase.

20/02/2020

▶ QUADRO C2

Efficacia Esterna

Non applicabile a questa fase.

20/02/2020

▶ QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare

Non applicabile a questa fase.

20/02/2020



20/02/2020

Di seguito sono riportati gli specifici ambiti di responsabilità in materia di Qualità.

Rettore: ha la responsabilità complessiva della qualità della didattica e della ricerca. Esercita questa responsabilità attraverso le sue funzioni istituzionali di indirizzo, iniziativa e coordinamento delle attività scientifiche e didattiche, di programmazione dello sviluppo e del miglioramento continuo ed attraverso l'emanazione, attraverso Decreto, di regolamenti in materia di qualità. **Comitati Paritetici:** sovrintendono alla qualità delle attività didattiche, esprimendo pareri sulla qualità delle stesse e dei servizi forniti agli studenti.

Presidio della Qualità: Il Presidio della Qualità supervisiona lo svolgimento adeguato e uniforme delle procedure di Assicurazione della Qualità di tutto l'Ateneo, propone strumenti comuni per l'AQ e attività formative per la loro applicazione, supporta il Rettore, la Facoltà ed i corsi di studio (CdS) per le attività comuni in materia di Qualità.

Nucleo di Valutazione: effettua valutazioni periodiche interne dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità della gestione amministrativa, delle attività didattiche e di ricerca.

Direttore: responsabile, sulla base degli indirizzi forniti dal Consiglio di Amministrazione e dal Rettore, della qualità complessiva dei servizi, delle risorse strumentali e delle attività prestate dal personale tecnico-amministrativo dell'Ateneo.

Preside Facoltà: attua le deliberazioni del Consiglio di Facoltà in materia di Qualità della didattica e della Ricerca, sovrintendendo al regolare svolgimento ed al miglioramento continuo di tutte le attività didattiche e organizzative.

Consiglio di Facoltà: propone modifiche del Regolamento Didattico d'Ateneo riguardanti l'ordinamento didattico dei Corsi di studio, programma annualmente l'attività didattica e le azioni di miglioramento continuo, esprime pareri sui Regolamenti didattici dei Corsi di studio.

Coordinatori dei Corsi di Laurea: Il Coordinatore propone al Consiglio di Facoltà il progetto didattico, ne cura l'attuazione e la gestione, attraverso l'organizzazione e la gestione delle risorse necessarie per la sua realizzazione, e coordina tutte le attività e progetti di miglioramento continuo della qualità della didattica.

I Coordinatori dei corsi di studio e il Presidio della Qualità sono supportati dalla Segreteria degli Studenti che, insieme al manager didattico e ai tutor di materia, rilevano gli indicatori per la qualità e forniscono dati in entrata e in uscita ai soggetti coinvolti nel processo di gestione del sistema.

Presidio di Qualità dell'Ateneo: ruolo e responsabilità

1. Alta qualificazione dei propri componenti, in relazione ad esperienze specifiche nella didattica, nella Qualità, nella valutazione, nella gestione dei processi organizzativi e manageriali.
2. Presidenza del Presidio affidata a un docente, Professoressa Maria Antonella Ferri (Associato) di rilevante e pluriennale esperienza didattica e gestionale.
3. Numero dei componenti (5= cinque) sostanzialmente ridotto e, in ogni caso, adeguato alle caratteristiche dimensionali dell'Ateneo.
4. Un supporto tecnico e amministrativo al PQA fornito da personale proveniente da esperienze significative come il Nucleo di Valutazione di Ateneo, gli uffici operanti in materia di didattica e servizi agli studenti all'interno dell'Ateneo, l'area amministrativa.
5. Una decisa e rilevante apertura a criteri di accesso alle informazioni e alla massima trasparenza. Difatti il PQA e, tramite questo l'Ateneo, garantisce pieno diritto di accesso ai dati e al reperimento di tutte le informazioni necessarie, nonché la pubblicazione degli atti, nel rispetto della normativa a tutela della riservatezza.
6. Una modalità di funzionamento flessibile e operativa, senza rinunciare a criteri indispensabili di formalità. Il Presidio deve riunirsi, di norma, almeno una volta al mese. La convocazione effettuata almeno cinque giorni prima della data fissata per la riunione. Tuttavia, il Presidente può, per impellenti motivi, convocare il Presidio con un preavviso inferiore rispetto al termine precedentemente indicato. Le sedute del Presidio non sono pubbliche, comunque il Presidente, per la discussione di argomenti di particolare interesse, può chiedere la presenza e l'intervento di figure esterne con competenze specifiche rispetto all'argomento trattato. In caso di assenza del Presidente, la seduta presieduta da un componente del Presidio designato dal Presidente. In mancanza di designazione, presiede la seduta il componente più anziano in ruolo. Le funzioni di segretario sono

svolte dal componente con minore anzianità di servizio.

7. In materia di pubblicità della verbalizzazione il Presidio garantisce la trasparenza del suo operato assicurando la più ampia divulgazione dei suoi atti, anche mediante strumenti multimediali. Estratti di verbale sono comunicati, anche mediante invio telematico, alle strutture interessate ad adottare i conseguenti provvedimenti.

8. L'attività del Presidio organizzata sia sulla base di un piano di lavoro annuale e pluriennale che sulla base degli interventi ed azioni che si rendono necessari in relazione alle esigenze emergenti.

I requisiti sono i seguenti:

Adozione della Scheda Unica Annuale sulla Ricerca SUA-RD;

Presenza di un Presidio per la Qualità.

SUA-RD e rapporto Annuale sulla Ricerca.

Il Presidio della Qualità (PQA) è stato rinnovato con Decreto Rettorale nel 2019:

Simona Andreano - Professore Associato Universitas Mercatorum

Tanzilli Patrizia - Direttore d'Ateneo Universitas Mercatorum

Martiniello Laura - Professore Associato Universitas Mercatorum

Mazzitelli Andrea Ricercatore Universitas Mercatorum

Angelo Callerame - Funzionario Universitas Mercatorum

Il suddetto PQA coadiuvato da una segreteria tecnico-amministrativa costituita da personale proveniente da esperienze significative come il Nucleo di Valutazione di Ateneo, gli uffici operanti in materia di didattica e l'area amministrativa.

Descrizione link: Piano di assicurazione della Qualità della Didattica (E4)

Link inserito: <https://www.unimercuratorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>



QUADRO D2

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

20/02/2020

Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio

Il Corso di Studio (contribuisce alla realizzazione del progetto di Assicurazione della Qualità per la formazione, in coerenza con gli indirizzi di AQ di Ateneo e la gestione operativa del Presidio di Qualità dell'Ateneo. Il PQA, d'accordo con i vertici del CdS, ha attivato un sistema di AQ mirato a promuovere, guidare, sorvegliare e verificare efficacemente le attività del CdS. Com'è noto il sistema AVA richiede che ogni Ateneo si doti di un sistema AQ del CdS. In tale direzione si mosse il nostro CdS che ha ritenuto di impostare il presidio di AQ su:

- a) La definizione degli obiettivi da raggiungere;
- b) L'individuazione e la messa in opera delle azioni che permettono di raggiungere gli obiettivi;
- c) L'utilizzo di modalità credibili di verifica del loro effettivo raggiungimento.

Sulla base dell'adozione del "Piano della Qualità", un vero e proprio atto di indirizzo che ha comportato l'emissione di una serie di indicazioni, suggerimenti, raccomandazioni, standardizzazioni operative scritte, rivolte ai Responsabili, il CdS ha definito ed adottato un sistema di gestione per la Qualità. Ci ha comportato, prioritariamente, l'identificazione dei processi per la gestione del CdS, nonché la definizione della struttura organizzativa e delle responsabilità in ordine alla gestione dei processi fondamentali per l'AQ del CdS. Tali processi sono stati suddivisi in più sotto processi, al fine di separare la responsabilità per la gestione del sotto processo dalle altre posizioni di responsabilità. In sintesi, l'AQ del CdS prevede il responsabile dell'AQ e il gruppo per il Riesame, mentre la Commissione Paritetica Docenti-Studenti funzionante a di Facoltà.

Nell'area delle attività formative il PQA - anche attraverso uno stretto rapporto con i docenti Referenti - assicura l'adozione del sistema di AQ per il CdS in questione e per tutti i CdS dell'Ateneo con particolare riferimento alla SUA-CdS, al Rapporto di Riesame e ai flussi informativi con il Nucleo di Valutazione e le Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti.

Ulteriore compito fondamentale dell'AQ di CdS quello di condurre annualmente la redazione del Rapporto Annuale di Riesame, sotto la guida del Coordinatore del CdS che lo sovrintende e ne assume la responsabilità. A tale attività partecipa altresì un rappresentante degli studenti e dei rappresentanti del mercato del lavoro. Il Rapporto di Riesame viene poi approvato dagli organi che hanno la responsabilità nella progettazione e attivazione del CdS e nell'individuazione delle risorse

necessarie.

Il Rapporto annuale di Riesame per il CdS costituisce la componente fondamentale delle attività di Auto-valutazione e lo strumento di controllo della validità della progettazione e la permanenza delle risorse, attraverso il monitoraggio dei dati, la verifica dell'efficacia degli interventi migliorativi adottati e la pianificazione di azioni di miglioramento.

A) Attori del processo di AQ

Il Gruppo di Riesame

La CPDS-Commissione Paritetica Docenti-Studenti di Facoltà

La Commissione, sulla base delle informazioni derivanti dalla Scheda Unica Annuale dei Corsi di Studio (SUA-CdS), dei risultati della rilevazione dell'opinione degli studenti e di altre informazioni istituzionali disponibili, valuta se:

- a) il progetto del Corso di Studio mantenga la dovuta attenzione alle funzioni e competenze richieste dalle prospettive occupazionali e di sviluppo personale e professionale, individuate tenuto conto delle esigenze del sistema economico e produttivo;
- b) i risultati di apprendimento attesi siano efficaci in relazione alle funzioni e competenze di riferimento;
- c) la qualificazione dei Docenti, i metodi di trasmissione delle conoscenze e delle abilità, i materiali e gli ausili didattici, i laboratori, le aule, le attrezzature siano efficaci per raggiungere gli obiettivi di apprendimento al livello desiderato;
- d) i metodi di esame consentano di accertare correttamente i risultati ottenuti in relazione ai risultati di apprendimento attesi;
- e) al Riesame annuale conseguano efficaci interventi correttivi sui Corsi di Studio negli anni successivi;
- f) i questionari relativi alla soddisfazione degli studenti siano efficacemente gestiti, analizzati, utilizzati;
- g) l'istituzione universitaria renda effettivamente disponibili al pubblico, mediante una pubblicazione regolare e accessibile delle parti pubbliche della SUA-CdS, informazioni aggiornate, imparziali, obiettive, quantitative e qualitative, su ciascun Corso di Studio offerto.

Inoltre, la CPDS

- h) individua indicatori per la valutazione dei risultati della didattica e dei servizi agli studenti;
- i) in particolare promuove le innovazioni dei percorsi didattici, l'istruzione permanente, l'orientamento pre e post-laurea, il tutorato;
- l) formula pareri sull'attivazione e soppressione dei corsi di studio.

B) Processo di AQ

Il Processo di Assicurazione della Qualità per il CdS prevede l'attuazione dei seguenti punti.

1. Definizione dei risultati di apprendimento attesi.

Annualmente, essi sono verificati e modificati o confermati ai fini della richiesta di rinnovo della istituzione/attivazione, anche in base alle osservazioni riportate nella relazione della CPDS e del Rapporto di Riesame, come anche della verifica della loro coerenza con i fabbisogni e le aspettative della società e del mercato del lavoro.

Le eventuali proposte di modifica vengono discusse dal coordinatore, dal Gruppo di Gestione AQ, dal Consiglio di CdS, e deliberate dalla governance di Ateneo, sentito il parere della Facoltà.

2. Progetto e pianificazione del percorso formativo che permetta di raggiungere i risultati di apprendimento attesi stabiliti.

Nel rispetto della normativa e del Regolamento didattico di Ateneo, il CdS provvede a verificare che i risultati di apprendimento attesi siano effettivamente conseguiti.

Il Gruppo di gestione AQ assicura il corretto e regolare svolgimento delle attività e, periodicamente ovvero almeno in occasione della Relazione annuale della CPDS-Commissione Paritetica Docenti-Studenti, progetta interventi migliorativi della vita complessiva del Corso di Laurea.

Il Gruppo di Riesame, a partire dai risultati conseguiti, progetta interventi migliorativi su base annuale.

3. Disponibilità di risorse di docenza, infrastrutture e servizi adeguate, risultati di apprendimento attesi stabiliti.

Spetta al Coordinatore del CdS la responsabilità di richiedere le risorse di docenza, con la collaborazione e l'accordo del Coordinamento Didattico di Ateneo e la Direzione amministrativa e la governance di Ateneo.

4. Monitoraggio dei risultati del processo formativo, al fine di verificare il grado di raggiungimento degli obiettivi stabiliti, ovvero la qualità del servizio di formazione offerto.

Il Corso di studio cura/programma attività

di raccolta e analisi delle informazioni relative alla qualità di erogazione della didattica e dei servizi connessi, delle valutazioni della qualità del percorso formativo proposto

di valutazione del livello e della qualità dell'apprendimento

di monitoraggio delle carriere degli studenti

di aggiornamento (continuo) delle informazioni sulla scheda SUA-CdS..
Definizione di un sistema di gestione.

6. Rendere pubbliche le informazioni relative alla propria organizzazione e all'offerta didattica, secondo i principi di trasparenza

7. Promuovere il miglioramento, se non continuo, almeno periodico del servizio di formazione e del sistema di gestione, da condurre annualmente e che deve comportare la redazione di un rapporto annuale consuntivo e riepilogativo.

Responsabili del suddetto lavoro di miglioramento del servizio di formazione e del sistema di gestione sono rispettivamente la Commissione paritetica e il Gruppo di Gestione AQ. La redazione del rapporto annuale a cura del Coordinatore del CdS.

Descrizione link: Piano di assicurazione della Qualit della Didattica (E4)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO D3 | Programmazione dei lavori e scadenze di attuazione delle iniziative

20/02/2020

Lo scadenziario di Ateneo contenuto nel Piano della Qualit.

Descrizione link: Piano di assicurazione della Qualit della Didattica (E4)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO D4 | Riesame annuale

20/02/2020

Non applicabile a questa fase.

▶ QUADRO D5 | Progettazione del CdS

20/02/2020

Si veda il "Documento di Progettazione del CdS".

Descrizione link: Documento di Progettazione L20 (R49)

Link inserito: <https://www.unimercatorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>

▶ QUADRO D6 | Eventuali altri documenti ritenuti utili per motivare l'attuazione del Corso di Studio

20/02/2020

Descrizione link: Piano di assicurazione della Qualit della Didattica (E4)

Link inserito: <https://www.unimercaorum.it/anvur-accreditamento-iniziale/aicds-l-20>



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Universit Telematica "Universitas MERCATORUM"
Nome del corso in italiano RD	COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITA'
Nome del corso in inglese RD	Communication and Multimedia
Classe RD	L-20 - Scienze della comunicazione
Lingua in cui si tiene il corso RD	italiano
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unimercatorum.it/
Tasse	
Modalità di svolgimento RD	d. Corso di studio integralmente a distanza



Corsi interateneo

RD



Questo campo dev'essere compilato solo per corsi di studi interateneo,

Un corso si dice "interateneo" quando gli Atenei partecipanti stipulano una convenzione finalizzata a disciplinare direttamente gli obiettivi e le attività formative di un unico corso di studio, che viene attivato congiuntamente dagli Atenei coinvolti, con uno degli Atenei che (anche a turno) segue la gestione amministrativa del corso. Gli Atenei coinvolti si accordano altresì sulla parte degli insegnamenti che viene attivata da ciascuno; e dev'essere previsto il rilascio a tutti gli studenti iscritti di un titolo di studio congiunto (anche attraverso la predisposizione di una doppia pergamena - doppio titolo).

Un corso interateneo può coinvolgere solo atenei italiani, oppure atenei italiani e atenei stranieri. In questo ultimo caso il corso di studi risulta essere internazionale ai sensi del DM 1059/13.

Corsi di studio erogati integralmente da un Ateneo italiano, anche in presenza di convenzioni con uno o più Atenei stranieri che, disciplinando essenzialmente programmi di mobilità internazionale degli studenti (generalmente in regime di scambio), prevedono il rilascio agli studenti interessati anche di un titolo di studio rilasciato da Atenei stranieri, non sono corsi interateneo. In questo caso le relative convenzioni non devono essere inserite qui ma nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5 della scheda SUA-CdS.

Per i corsi interateneo, in questo campo devono essere indicati quali sono gli Atenei coinvolti, ed essere inserita la convenzione che regola, fra le altre cose, la suddivisione delle attività formative del corso fra di essi.

Qualsiasi intervento su questo campo si configura come modifica di ordinamento. In caso nella scheda SUA-CdS dell'A.A. 14-15 siano state inserite in questo campo delle convenzioni non relative a corsi interateneo, tali convenzioni devono essere spostate nel campo "Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti" del quadro B5. In caso non venga effettuata alcuna altra modifica all'ordinamento, è sufficiente indicare nel campo "Comunicazioni dell'Ateneo al CUN" l'informazione che questo spostamento è l'unica modifica di ordinamento effettuata quest'anno per assicurare l'approvazione automatica dell'ordinamento da parte del CUN.

Non sono presenti atenei in convenzione

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	MAZZOLI Graziella
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Corso di Studi
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facolt di ECONOMIA

Docenti di Riferimento

Pdf inserito piano di raggiungimento: [visualizza](#)

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD	Incarichi
1.	79923ING-INF/05_Cognome	79923ING-INF/05_Nome	ING-INF/05	PA	1	Base/Caratterizzante	Mancididatt
2.	FAVARETTO	Federico	SPS/09	OD	1	Base/Caratterizzante	1. Pro econo produt Media
3.	GIRALDI	Angelo	SECS-P/08	RD	1	Caratterizzante	1. Elei Marke Adver Strate
4.	MAZZOLI	Graziella	SPS/08	OD	1	Base/Caratterizzante	1. Soc comur
5.	MEDA	Mauro	SECS-P/10	OD	1	Caratterizzante	1. Cor intern:

						nell'or azienc	
6.	MENDUNI	Enrico	L-ART/06	OD	1	Caratterizzante	1. Auc digitali
7.	PANARARI	Massimiliano	SPS/08	PA	1	Base/Caratterizzante	Manc: didatt
8.	SQUITIERI	Raffaele	IUS/09	OD	1	Caratterizzante	1. Dir dell'int della comur

 E' necessario indicare almeno 3 Professore, indicati 2

 requisito di docenza (incarico didattico) verificato con successo!

 Manca incarico didattico per PNRMSM71T14H223T PANARARI Massimiliano

Risulta inserito un pdf col piano di raggiungimento dei requisiti di docenza
(art.4 comma 2 DM 6 del 7/01/2019)

Rappresentanti Studenti

COGNOME	NOME	EMAIL	TELEFONO
---------	------	-------	----------

Rappresentanti degli studenti non indicati

Gruppo di gestione AQ

COGNOME	NOME
ANDREANO	SIMONA
CALLERAME	ANGELO
MARTINIELLO	LAURA
MAZZITELLI	ANDREA
TANZILLI	PATRIZIA



Tutor

COGNOME	NOME	EMAIL	TIPO
Malknecht	Ludovica	ludovica.malknecht@libero.it	Tutor disciplinare
Bartolotta	Manuela	bartolottaman@gmail.com	Tutor disciplinare
Azzarita	Vittoria	vittoriaazzarita@yahoo.it	Tutor disciplinare



Programmazione degli accessi



Programmazione nazionale (art.1 Legge 264/1999)	No
Programmazione locale	No



Sedi del Corso



DM 6/2019 Allegato A - requisiti di docenza

Sede del corso: - ROMA

Data di inizio dell'attività didattica	01/09/2020
Studenti previsti	750



Eventuali Curriculum



Non sono previsti curricula



Altre Informazioni

RAD



Codice interno all'ateneo del corso

Massimo numero di crediti riconoscibili

12 DM 16/3/2007 Art 4 [Nota 1063 del 29/04/2011](#)

Numero del gruppo di affinità

1



Date delibere di riferimento

RAD



Data di approvazione della struttura didattica

16/01/2020

Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione

16/01/2020

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

20/01/2020

Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento

La Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento è obbligatoria per i corsi di nuova istituzione



Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento

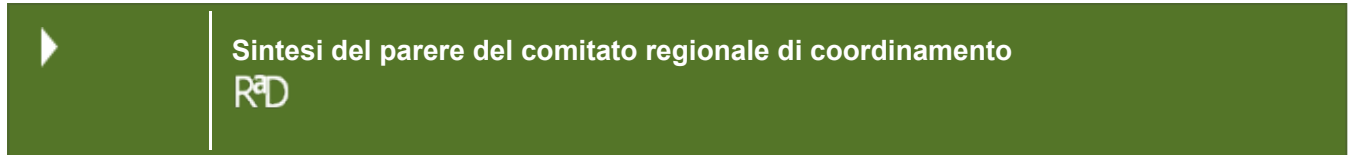
i La relazione completa del NdV necessaria per la procedura di accreditamento dei corsi di studio deve essere inserita nell'apposito spazio all'interno della scheda SUA-CdS denominato "Relazione Nucleo di Valutazione per accreditamento" entro la scadenza del 21 febbraio 2020 **SOLO per i corsi di nuova istituzione**. La relazione del Nucleo può essere redatta seguendo i criteri valutativi, di seguito riepilogati, dettagliati nelle linee guida ANVUR per l'accREDITAMENTO iniziale dei Corsi di Studio di nuova attivazione, consultabili sul sito dell'ANVUR

Linee guida ANVUR

1. Motivazioni per la progettazione/attivazione del CdS
2. Analisi della domanda di formazione
3. Analisi dei profili di competenza e dei risultati di apprendimento attesi
4. L'esperienza dello studente (Analisi delle modalità che verranno adottate per garantire che l'andamento delle attività formative e dei risultati del CdS sia coerente con gli obiettivi e sia gestito correttamente rispetto a criteri di qualità con un forte impegno alla collegialità da parte del corpo docente)
5. Risorse previste
6. Assicurazione della Qualità

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Relazione TECNICA CORSI DI NUOVA ISTITUZIONE



Non applicabile nel caso di corso integralmente a distanza



Offerta didattica erogata

	coorte	CUIN	insegnamento	settori insegnamento	docente	settore docente	ore di didattica assistita
1	2020	E82003015	Audiovisivi digitali	L-ART/06	Docente di riferimento Enrico MENDUNI <i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	L-ART/06	72
2	2020	E82003006	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale	SECS-P/10	Docente di riferimento Mauro MEDA <i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	SECS-P/10	48
3	2020	E82003018	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	IUS/09	Docente di riferimento Raffaele SQUITIERI <i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	IUS/09	72
4	2020	E82003016	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	SECS-P/08	Docente di riferimento Angelo GIRALDI <i>Ricercatore a t.d. - t.pieno (art. 24 c.3-b L. 240/10)</i>	SECS-P/08	72
5	2020	E82003013	Narratologia e storytelling	L-FIL-LET/14	Emanuela PIGA		72
6	2020	E82003009	Processi economici e produttivi delle Media Company	SPS/09	Docente di riferimento Federico FAVARETTO <i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	SPS/09	48
7	2020	E82003004	Sociologia della comunicazione	SPS/08	Docente di riferimento Graziella MAZZOLI <i>Professore straord. a t.d. (art.1 comma 12 L. 230/05)</i>	SPS/08	96
						ore totali	480



Offerta didattica programmata

Attività di base	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	0	18	12 - 21
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni			
Discipline sociali e mediologiche	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	0	33	21 - 36
	SPS/07 Sociologia generale			
	M-STO/04 Storia contemporanea			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 36)				
Totale attività di Base			51	36 - 57

Attività caratterizzanti	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	0	36	27 - 39
	L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro			
	ICAR/17 Disegno			
Scienze umane ed economico-sociali	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	0	39	30 - 42
	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			

	M-PED/04 Pedagogia sperimentale			
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico	0	9	6 - 12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo: - (minimo da D.M. 54)				
Totale attività caratterizzanti			84	63 - 93

Attività affini	settore	CFU Ins	CFU Off	CFU Rad
Attività formative affini o integrative	L-FIL-LET/14 Critica letteraria e letterature comparate			
	M-PSI/07 Psicologia dinamica	0	18	18 - 33 min 18
	Totale attività Affini	18	18 - 33	

Altre attività		CFU	CFU Rad
A scelta dello studente		12	12 - 12
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	6	3 - 6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	3 - 6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	3 - 6
	Abilità informatiche e telematiche	3	3 - 6
	Tirocini formativi e di orientamento	0	0 - 0
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	0 - 6
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		0	0 - 0
Totale Altre Attività		27	24 - 42

CFU totali per il conseguimento del titolo	180	
CFU totali inseriti	180	141 - 225



Raggruppamento settori

per modificare il raggruppamento dei settori



Attività di base R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica	12		
	ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	[0]	21	-
	M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi			
Discipline sociali e mediologiche	M-STO/04 Storia contemporanea	21		
	SPS/04 Scienza politica			
	SPS/07 Sociologia generale			
	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	[0]	36	-
	SPS/09 Sociologia dei processi economici e del lavoro			
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 36:		-		
Totale Attività di Base			36 - 57	



Attività caratterizzanti R^{AD}

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Metodologie, analisi e tecniche della comunicazione	ICAR/17 Disegno			
	L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro			
	L-ART/05 Discipline dello spettacolo			
	L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	27	39	-
	L-ART/07 Musicologia e storia della musica			

	SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese			
Scienze umane ed economico-sociali	M-DEA/01 Discipline demoetnoantropologiche M-PED/04 Pedagogia sperimentale M-PSI/05 Psicologia sociale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 Organizzazione aziendale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	30	42	-
Discipline giuridiche, storico-politiche e filosofiche	IUS/09 Istituzioni di diritto pubblico SPS/04 Scienza politica	6	12	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 54:		-		
Totale Attività Caratterizzanti			63 - 93	

▶ Attività affini R^aD

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/04 - Diritto commerciale L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate M-PSI/07 - Psicologia dinamica	18	33	18
Totale Attività Affini			18 - 33	

▶ Altre attività R^aD

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	12	12	
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	6
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c	-		

	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	6
	Abilit informatiche e telematiche	3	6
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Tirocini formativi e di orientamento	0	0
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
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	0	0

Totale Altre Attività

24 - 42



Riepilogo CFU

R^aD

CFU totali per il conseguimento del titolo

180

Range CFU totali del corso

141 - 225



Comunicazioni dell'ateneo al CUN

R^aD



Motivi dell'istituzione di pi corsi nella classe

R^aD



Note relative alle attivit di base

R^aD



Note relative alle altre attivit

R^aD



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

R^{AD}

IUS/04 - Diritto commerciale:

Si scelto di inserire in ordinamento questo SSD per poter eventualmente erogare un insegnamento che abbia come obiettivo formativo di trasferire allo studente la conoscenza delle norme che regolamentano i controlli sui contenuti della comunicazione commerciale finalizzata al marketing di prodotti e servizi sui mercati nazionali e internazionali. Queste conoscenze dovranno essere applicate per individuare i sistemi e le autorit di controllo della comunicazione commerciale nazionali e transfrontalieri e per la predisposizione di piani di informazione e comunicazione commerciali.

L-FIL-LET/14 - Critica letteraria e letterature comparate:

Si scelto di inserire in ordinamento questo SSD per poter eventualmente erogare un insegnamento che abbia come obiettivo formativo l'acquisizione dei principali concetti della semiotica necessari per affrontare il problema generale della letterariet, della produzione, diffusione e ricezione dei testi, in un continuo confronto fra testi appartenenti a diverse letterature, culture e media. Queste conoscenze dovranno essere applicate a livello passivo nell'analisi critica di testi scritti su carta stampata o sul web e a livello attivo nella creazione di testi per diversi media, che sia coerenti con il senso o significazione che si voglia trasmettere all'esterno.

M-PSI/07 - Psicologia dinamica:

Si scelto di inserire in ordinamento questo SSD per poter eventualmente erogare un insegnamento che abbia come obiettivo formativo di mostrare l'impatto delle complesse dinamiche emotive, sia intrapsichiche sia relazionali, sulle comunicazioni a livello dei microsistemi (relazioni interpersonali) come pure dei macro (interazioni sociali). Queste conoscenze dovranno essere applicate nella gestione di community a pi livelli, sia in presenza del gruppo di individui, sia nel pi eterogeneo ambiente virtuale del web.



Note relative alle attivit caratterizzanti

R^{AD}