

REGOLAMENTO DIDATTICO DEL CORSO IN
«*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59* »

Approvato nella Riunione del PQA del 18.04.2023

Revisione del 16.05.2023

SOMMARIO

Art. 1 – Indicazioni generali del Corso di Studio.....	
Art. 2 – Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali.....	
Art. 3 – Requisiti di ammissione e modalità di verifica della preparazione iniziale.....	
Art. 4 – Descrizione del percorso formativo e dei metodi di accertamento.....	
Art. 5 – Trasferimenti in ingresso e passaggi di corso.....	
Art. 6 – Opportunità offerte durante il percorso formativo.....	
Art. 7 – Prova finale.....	
Art. 8 – Assicurazione della qualità.....	
Art. 9 – Norme finali.....	

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

Art. 1 – Indicazioni generali del Corso di Studio

1. Il presente Regolamento Didattico disciplina gli aspetti organizzativi e gestionali del Corso di Studio in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa, appartenente alla classe LM/59, emanata con DM 16 marzo 2007.
1. Il Corso di Studio è incardinato nel Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione (For.Psi.Com.); le attività didattiche hanno sede nei plessi di Palazzo Ateneo e nel centro Polifunzionale Studenti (ex Palazzo Poste); il sito web del Corso di Studio è disponibile al link:
<https://manageweb.ict.uniba.it/ricerca/dipartimenti/forpsicom/didattica/corsi/magistrali/scienze-comunicazione-pubblica>
2. Il presente Regolamento è redatto in conformità con l'Ordinamento didattico del Corso di Studio approvato in ultima modifica dal Senato Accademico del 24/02/2023, ed entra in vigore nell'a.a. 2023-24 applicandosi all'intera coorte 2023-2026.
3. La Coordinatrice del Corso di Studio è la prof.ssa Ylenia De Luca; l'Organo di gestione è il Consiglio di Corso.
4. Il Corso di Studio è erogato in lingua italiana.

Art.2 - Obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi e sbocchi occupazionali

1. Il corso di laurea magistrale in Scienze della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa si propone di fornire:
 - Conoscenze avanzate, a livello teorico-concettuale e metodologico, delle discipline sociologiche, economiche, linguistiche, politologiche, demografiche, statistiche, letterarie e semiotiche;
 - Conoscenze specialistiche, anche di natura interdisciplinare, necessarie alla costruzione di competenze specifiche sia nella progettazione di contenuti e sistemi di comunicazione, sia nella gestione dei processi di comunicazione, nonché nella valorizzazione delle risorse umane coinvolte in tali processi;
 - Competenze professionali specifiche per operare con autonomia nell'ambito della comunicazione pubblica, sociale e istituzionale, nonché nei settori dell'impresa pubblica e privata, e delle aziende che aderiscono ai distretti produttivi del territorio e delle diverse istituzioni pubbliche e private, profit e non profit.I principali obiettivi formativi sono volti a dotare gli studenti di:
 - conoscenze fondamentali e specialistiche dei saperi socio-comunicativi, semiotici, linguistici, politici, economico-giuridici, storici e dell'informazione;
 - acquisizione dei fondamenti teorici ed epistemici della ricerca nell'ambito delle scienze del linguaggio, delle scienze sociali, politologiche, statistiche e demografiche, nonché delle metodologie qualitative e quantitative avanzate per la ricerca di base e applicata nell'ambito delle discipline della comunicazione;
 - conoscenze fondamentali delle tecnologie applicative nei vari campi della comunicazione e dell'informazione, con riferimento anche all'analisi dei media impiegati nella comunicazione delle imprese, degli enti pubblici e non profit;
 - approfondimento delle competenze comunicative, in forma scritta e orale, della lingua inglese, con riferimento anche ai lessici disciplinari relativi alla laurea magistrale;
 - conoscenze linguistiche e meta-linguistiche atte a sviluppare competenze specialistiche nell'uso del linguaggio verbale, nelle sue varie articolazioni, necessarie a garantire l'efficacia dei sistemi di comunicazione in diversi contesti applicativi, ivi compresa la gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna di imprese pubbliche e private, enti e nella pubblica amministrazione;
 - conoscenza degli strumenti della comunicazione linguistica e della sua applicazione anche in ambito informatico e telematico,
 - conoscenze fondative della cultura organizzativa e sulle dinamiche di gestione delle risorse umane nelle organizzazioni pubbliche e private;

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

- conoscenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit;
- conoscenze delle tecniche e metodologie della ricerca socio-demografica e demoscopica;
- conoscenze delle tecniche e metodologie idonee a sviluppare competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle organizzazioni profit e non profit;
- conoscenze delle tecniche e metodologie idonee a sviluppare competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nella gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche, e di organizzazioni del terzo settore;
- conoscenze, acquisite anche attraverso laboratori svolti da professionisti e in stage presso enti ed imprese, o all'estero, volte a sviluppare l'abilità di progettazione dei contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale.
- conoscenze delle norme che regolamentano la comunicazione pubblica e d'impresa e ne determinano controllo e deontologia.

La struttura organizzativa del corso prevede che nei due anni gli studenti affrontino progressivamente tematiche concernenti gli elementi fondamentali della sociologia (Sociologia dei processi di base e comunicativi e sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale); i principi fondamentali della statistica, dell'economia aziendale e del diritto europeo.

Nel primo anno gli studenti approcceranno le tematiche relative alla comunicazione pubblica attraverso lo studio della demografia e della statistica, della sociologia della comunicazione e della linguistica. Inoltre, gli studenti dovranno sostenere un esame di lingua Inglese, con un approccio specialistico alle discipline succitate. L'approccio linguistico sarà inoltre approfondito attraverso l'attività laboratoriale di traduzione audiovisiva.

Al secondo anno, il percorso si articolerà su argomenti di forte caratterizzazione della comunicazione sociale e d'impresa con l'approccio di tematiche riguardanti l'economia aziendale, la psicologia del lavoro e delle organizzazioni, del diritto dell'Unione europea e della sociologia giuridica. E' previsto in questa fase un ulteriore esame di sociologia dei processi culturali e comunicativi per rafforzare e solidificare le competenze sociologiche e comunicative degli studenti.

Il percorso prevede anche tematiche riferite agli elementi essenziali dello studio della filosofia e teoria dei linguaggi e della filosofia teoretica, e della letteratura italiana contemporanea, su tematiche specifiche della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa.

Il corso prevede, inoltre, attività laboratoriali presso la struttura dipartimentale For.Psi.Com. dotata di un laboratorio di comunicazione nuovo e all'avanguardia, e di tirocinio presso enti pubblici e privati, convenzionati. Nelle attività a scelta, lo studente avrà ampia possibilità di indicare insegnamenti, partecipazioni ad eventi o ulteriori stages congrui con il percorso formativo.

Il percorso si concluderà con la presentazione di un elaborato originale sulle tematiche affrontate nei singoli insegnamenti del corso [SUA - sezione A Obiettivi della Formazione – Quadro A4.a]

2. I laureati possono trovare occupazione come esperti e manager della comunicazione in aziende private e pubbliche, con funzioni dirigenziali, organizzative e operative nella valorizzazione delle risorse umane, la gestione delle strutture per le relazioni con il pubblico, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata, nell'ambito di enti pubblici, non profit, e nelle imprese [SUA - sezione A Obiettivi della Formazione – Quadro A2.a].

Art. 3 - Requisiti di ammissione e modalità di verifica della preparazione iniziale (L, LMCU, LP), oppure modalità di verifica dell'adeguatezza della preparazione iniziale (LM) (da scegliere in funzione della tipologia di Corso di Studio)

1. Il Corso di studio è ad accesso libero.
2. L'ammissione al corso di laurea magistrale si ottiene avendo conseguito la laurea triennale o altro titolo di laurea conseguito all'estero e riconosciuto idoneo, possedendo i requisiti curriculari e attestando una

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

preparazione culturale adeguata.

Possono accedere al corso di studio magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e d'Impresa tutti coloro che hanno conseguito una laurea triennale nelle seguenti classi: L-20 Scienze della comunicazione; L-1 Beni Culturali; L-3 Discipline delle Arti Figurative, della Musica, dello Spettacolo e della Moda; L-6 Geografia; L-10 Lettere; L-11 Lingue e Culture Moderne; L-12 Mediazione Linguistica; L-15 Scienze del Turismo; L-16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione; L-18 Scienze dell'economia e della Gestione Aziendale; L-33 Scienze Economiche; L-36 Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali; L-37 Scienze Sociali per la Cooperazione, lo Sviluppo e la Pace; L-40 Sociologia; L-42 Storia; L-5 filosofia L-14 scienze dei servizi giuridici L-19 scienze dell'educazione e della formazione L-39 servizio sociale.

Possono accedere al corso di studio magistrale anche coloro che siano in possesso di una laurea conseguita, ai sensi dei precedenti ordinamenti, in una delle classi equipollenti a quelle suindicate.

Possono altresì accedervi i laureati di altri corsi di studio triennali, anche esteri se riconosciuti idonei indipendentemente dalla classe di appartenenza, purché nel loro curriculum universitario risulti conseguito un numero di crediti formativi minimo di 90 CFU nei seguenti settori scientifico-disciplinari: di cui almeno 36 CFU nei SSD: INF/01; ING-INF/03; ING-INF/05; L-FIL-LET/11; L-FIL-LET/12; L-LIN/01; L-LIN/12; M-FIL/05; M-STO/04; SECS-P/01; SPS/04; SPS/07; SPS/08; SPS/09; di cui almeno 54 CFU nei SSD: ICAR/17; ING-INF/05; L-ART/04; L-ART/05; L-ART/06; L-ART/07; M-FIL/04; M-FIL/05; SECS-P/08; SECS-S/05; SPS/08;

M-DEA/01; M-PED/01; M-PED/03; M-PED/04; M-PSI/01; M-PSI/05; M-PSI/06; SECS-P/01; SECS-P/02; SECS-P/06; SECS-P/07; SECS-P/10; SECS-S/01; SECS-S/04; SPS/07; SPS/09; SPS/10; IUS/01; IUS/09; IUS/10; IUS/14; M-FIL/02; M-FIL/03; M-STO/04; M-STO/05; SPS/01; SPS/02; SPS/04; SPS/11; SPS/12.

Gli studenti in possesso dei requisiti curriculari qui indicati saranno sottoposti alla verifica della personale preparazione, con le modalità indicate nel Regolamento didattico del corso di studio.

3. A decorrere dall'anno accademico 2022-2023 è consentita la contemporanea iscrizione degli studenti a due corsi di studio secondo quanto previsto dalla legge n.33 del 12 aprile 2022 e dai relativi decreti attuativi. Il Consiglio di Corso di Studio procede alla valutazione delle istanze di doppia iscrizione ai fini del riconoscimento delle attività formative e della verifica del requisito della differenziazione delle classi di studio di almeno 2/3 in base ai criteri stabiliti dalla delibera del Senato Accademico del 25/5/2022 e successive modificazioni.

Art. 4 - Descrizione del percorso formativo e dei metodi di accertamento

1. Il Corso di Studio non prevede Curricula
2. Il piano di studi proposto si fonda su una serie di attività caratterizzanti, intese come fondative rispetto alle competenze richieste in uscita, e che costituiscono il nucleo essenziale, a livello metodologico e contenutistico, di una formazione nella comunicazione pubblica, sociale e d'impresa in senso stretto. Tali discipline di base appartengono agli ambiti disciplinari della sociologia della comunicazione; della psicologia del marketing, della statistica e della demografia; dell'economia aziendale e della filosofia del linguaggio. Accanto a tali insegnamenti di base, vi sono insegnamenti che consentono lo sviluppo di un percorso curriculare approfondito. Di grande rilievo, da questo punto di vista, è lo studio di una letteratura e di una lingua straniera, che consente il rafforzamento della vocazione europea del percorso formativo. La possibilità offerta annualmente agli/alle studenti/studentesse di seguire corsi all'estero, grazie ai programmi di mobilità internazionale dell'Ateneo, costituisce una opportunità per rafforzare le competenze linguistiche e approfondire la conoscenza delle culture e delle letterature europee. Inoltre, sono previste discipline offerte trasversalmente, che permettono un approccio specifico alla comunicazione, quali discipline legate allo studio dei media da un punto di vista sociologico e artistico. Un ruolo significativo hanno poi gli insegnamenti di letteratura straniera e di filosofia e storia.

Regolamento didattico Corso di Laurea in «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59»

3. I contenuti disciplinari sono espressamente dichiarati nel Syllabus dedicato ad ogni disciplina, pubblicato sul sito del Corso di Studio: gli obiettivi delle singole discipline, declinati secondo i 'descrittori di Dublino'; i programmi di studio (coerenti con i CFU attribuiti alle discipline); le modalità specifiche di verifica dell'apprendimento; le indicazioni in merito alle esercitazioni e ai laboratori (intesi come parte integrante dell'attività didattica ovvero come moduli autonomamente definiti). Gli/le studenti/studentesse hanno diritto a sostenere l'esame sul programma dell'a.a. in cui hanno seguito il corso, a meno che, trascorsi almeno 8 anni, la Giunta dell'Interclasse non ne dichiari l'obsolescenza (RAD art.11 c.6; RD n. 1592/1933, art.149; DM 509/1999 art.5 c.6; DM 270/2005, ar.5 c.6).
4. Sono titolari e responsabili di attività formative docenti di ruolo, ricercatori/ricercatrici universitari/universitarie, professori/professoressa a contratto. I carichi didattici sono assegnati annualmente in base alla disponibilità dell'organico dei Dipartimenti che concorrono alla offerta formativa, secondo quanto stabilito dagli artt. 23 e 25 del RAD.
5. L'attività didattica integrativa e di sostegno, anche in modalità frontale, per l'apprendimento dell'uso corretto della lingua straniera può essere svolta da Collaboratori ed Esperti Linguistici, ai sensi dell'art. 23 comma 7 e dell'art. 25 comma 10 del RAD.
6. Qualsiasi variazione rispetto al piano di studi va sottoposta alla delibera della Giunta del Corso di Studio e adeguatamente motivata.
7. Per preservare la coerenza del percorso formativo, le discipline attivate nel Corso di Studio non possono essere sostituite con discipline recanti la stessa denominazione e/o stesso settore scientifico disciplinare impartite in altri Corsi di Studio. Gli/le studenti/studentesse, anche fuori corso, devono sostenere unicamente all'interno del proprio Corso di Studio gli esami delle discipline curriculari eventualmente presenti in più Corsi di Studio. Rientra nei criteri di coerenza del percorso formativo anche l'appartenenza di un esame allo stesso livello di laurea.
8. Coloro che scelgono lo status di studente/studentessa non impegnato a tempo pieno (NITP) hanno a disposizione un percorso articolato in 6 anni, e modulato secondo i piani di studio riportati in ALLEGATO 2b.
9. Allo/alla studente/studentessa è data la facoltà di modificare il proprio status al momento dell'iscrizione agli anni successivi.
10. Il Consiglio di Corso di Studio può riconoscere l'acquisizione di CFU tramite la partecipazione ai seminari, al fine di permettere a tutti gli studenti di poter usufruire della possibilità di approfondire le proprie competenze anche attraverso incontri organizzati in collaborazione con docenti ed esterni in base alla seguente modalità:
 - mezza mattinata = 0,25 cfu;
 - mezza mattina + incontro pomeridiano = 0,50 cfu.

Art. 5 – Trasferimenti in ingresso e passaggi di corso

1. Il trasferimento dello/della studente/studentessa da altro Corso di Studio, ovvero da altra Università, può avere luogo a seguito della presentazione di una dettagliata documentazione rilasciata dalla sede di provenienza, che certifichi gli esami svolti con relativo voto ottenuto, settore scientifico-disciplinare e CFU maturati. La Giunta riconosce in toto o in parte i crediti acquisiti in altro Corso di Studio del medesimo Dipartimento o di altro Dipartimento di qualunque Ateneo, italiano o estero.

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

2. Il riconoscimento totale o parziale dei crediti è possibile soltanto se riferito ad attività didattiche orientate all'acquisizione di conoscenze, abilità e competenze che siano coerenti con gli obiettivi formativi del Corso di Studio.
3. Ai sensi dell'art. 31 del RAD, la Giunta delibera sul riconoscimento dei CFU nei casi di trasferimento da altro Ateneo, di passaggio da/ad altro Corso di Studio e di svolgimento di parti di attività formative in altro Ateneo italiano o straniero, anche attraverso l'adozione di un piano di studi individuale, assicurando il riconoscimento del maggior numero possibile dei CFU già acquisiti dallo/dalla studente/studentessa, anche ricorrendo eventualmente a colloqui per la verifica delle conoscenze effettivamente possedute.
4. Esclusivamente nel caso in cui il trasferimento dello/della studente/studentessa sia effettuato tra Corsi di Studio appartenenti alla medesima classe, la quota di crediti relativi al medesimo settore scientifico-disciplinare direttamente riconosciuti allo/alla studente/studentessa non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati. Nel caso in cui il Corso di provenienza sia svolto in modalità a distanza, la quota minima del 50% è riconosciuta solo se il corso di provenienza risulta accreditato ai sensi della normativa di riferimento. I crediti conseguiti non riconosciuti ai fini del conseguimento del titolo di studio rimangono, comunque, registrati nella carriera universitaria dell'interessato/interessata. Il mancato riconoscimento di crediti deve essere adeguatamente motivato.

Art. 6 - Opportunità offerte durante il percorso formativo

1. Nell'ambito delle collaborazioni internazionali, l'Università promuove e favorisce periodi di studio all'estero presso Università e istituzioni legalmente riconosciute. L'Ufficio Erasmus di Ateneo gestisce le formalità amministrative (bando, graduatorie, contratto individuale, certificati di arrivo e partenza, relazione finale, erogazione del contributo). Il Delegato Erasmus del Dipartimento, in accordo con la Commissione Erasmus, gestisce le pratiche relative alla didattica (Learning Agreement e relative modifiche, piani di studio, riconoscimento degli esami sostenuti), che vengono vagliate dalla Giunta per la relativa delibera, secondo le modalità previste dal Regolamento di Ateneo per la mobilità degli/delle studenti/studentesse Erasmus (DR 1160). La Giunta riconosce altresì l'attività formativa svolta all'estero, nell'ambito di altri programmi internazionali di mobilità approvati, secondo le modalità indicate nelle relative convenzioni bilaterali. La Giunta delibera il riconoscimento delle attività formative svolte all'estero e propone al Senato Accademico l'equipollenza dei titoli accademici conseguiti all'estero, qualora non sia già disposto dalla normativa vigente. Nell'ambito dei programmi di mobilità studentesca presso Università e istituzioni riconosciute dall'Unione Europea, lo/la studente/studentessa può essere assegnatario/assegnataria di una sola borsa di studio per soggiorno all'estero per un massimo di dodici mesi, durante l'intero curriculum di studi secondo le modalità e con le eccezioni previste dall'art. 33 comma 5 del RAD. Gli/le studenti/studentesse possono contattare i/le docenti proponenti del proprio scambio per avere informazioni e assistenza didattica specifici, nonché i/le docenti tutor per l'internazionalizzazione.
2. Gli/le studenti/studentesse possono scegliere i tirocini fra quelli proposti nella piattaforma online *Portiamovalore*, purché coerenti con il proprio progetto formativo, oppure chiedere di attivare una nuova convenzione, in Italia o all'estero, proponendo un progetto di tirocinio, secondo la procedura indicata sul Sito del Dipartimento For.Psi.Com. Spetta alla Segreteria individuare un Tutor didattico, tra i/le docenti, che valuti il progetto formativo e la sua coerenza con gli obiettivi del Corso, verifichi che siano ben indicati compiti e attività da svolgere, e che sia attribuito un congruo numero di CFU. Il/la

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

tutor della struttura ospitante al termine del periodo di Tirocinio compilerà un giudizio di valutazione dell'attività svolta dallo/dalla stagista e dei risultati conseguiti. È compito del/della Tutor didattico valutare nel complesso la qualità formativa dello stage effettuato dallo studente/studentessa, alla luce della relazione del/della tutor della struttura ospitante e di uno o più colloqui con lo/la studente/studentessa. Il riconoscimento dei CFU per Tirocinio o Stage avviene tramite presentazione di istanza formale alla Segreteria didattica per l'approvazione del Consiglio di Corso.

3. Per questioni relative alla carriera dello/della studente/studentessa e ai piani di studio, gli/le studenti/studentesse possono rivolgersi ai/alle docenti tutor indicati sul sito del Corso di Studio. Il Dipartimento offre agli/alle studenti/studentesse un servizio di Orientamento e Tutorato in ingresso e in itinere, che si avvale dell'ausilio di tutor selezionati dall'Ateneo. Le attività di tutorato hanno lo scopo di: favorire il corretto inserimento dello/della studente/studentessa nel percorso di studi; ridurre l'abbandono universitario; ridurre i tempi di svolgimento dei percorsi curriculari e il numero degli/delle studenti/studentesse fuori corso; migliorare la qualità delle condizioni di apprendimento attuando tutte le iniziative ritenute utili allo scopo. In particolare, l'attività di orientamento in ingresso prevede iniziative volte ad offrire agli/alle studenti/studentesse iscritti agli ultimi anni delle scuole secondarie superiori un'ampia e adeguata informazione sull'offerta didattica; a tal fine il Dipartimento organizza anche un ciclo di lezioni (Orientamento Consapevole) con l'obiettivo di consentire un primo approccio, per tematiche generali e multidisciplinari, ai contenuti specialistici dell'intera offerta formativa presente nei Corsi di Laurea. Gli ambiti di intervento e le modalità di articolazione del tutorato sono coordinati dal Direttore del Dipartimento e dal Referente del Dipartimento nel Comitato d'Ateneo per l'Orientamento e per il Tutorato (CAOT) e individuati, previa consultazione del Coordinatore del Consiglio, in conformità al piano generale delle attività di Orientamento e Tutorato previste dalla normativa di Ateneo.
4. È possibile approntare piani di studio individualizzati per studenti/studentesse con disabilità e DSA; tale piano viene approntato dal referente didattico delegato del Direttore del Dipartimento, e poi ratificato dal Consiglio di Corso. Tali piani di studio personalizzati sono conservati dal delegato alla Disabilità del Corso di Studio, al quale dovranno far riferimento i/le docenti.

Art. 7 – Prova finale

1. Per conseguire la laurea lo/la studente/studentessa deve acquisire 120 crediti.
2. In considerazione del fatto che a ciascun anno corrispondono convenzionalmente 60 crediti, la durata normale del Corso di Studio è di due anni.
3. Le prove finali per il conseguimento del titolo di studio relative a ciascun anno accademico devono svolgersi entro il 30 aprile dell'anno accademico successivo; entro tale data possono essere sostenute dagli/dalle studenti/studentesse iscritti/iscritte all'anno accademico precedente senza necessità di re-iscrizione.
4. Per accedere alla prova finale lo/la studente/studentessa deve presentare domanda attraverso procedura on line entro le scadenze previste dall'Ateneo per ciascuna sessione.
5. La prova finale consiste nella presentazione di un elaborato scritto originale preparato con la supervisione di un/una docente tutor. L'argomento sarà relativo a una disciplina scelta dal/dalla laureando/laureanda, con congruo anticipo, fra quelle sostenute nel Corso di Studio. L'elaborato scritto deve dimostrare che lo/la studente/studentessa ha acquisito padronanza bibliografica sul tema trattato e una adeguata capacità critica.
6. L'elaborato scritto sarà valutato da una Commissione Istruttoria composta dal/dalla docente guida e da altri/altre due docenti dello stesso settore o settori affini; la Commissione procederà alla correzione dell'elaborato scritto e all'esame orale del candidato, proponendo una valutazione che corrisponderà a un peso da 1 a 10 punti e l'eventuale proposta dell'attribuzione della lode.

Regolamento didattico Corso di Laurea in «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59»

7. Il voto di partenza viene calcolato partendo dalla media aritmetica del voto degli esami, rapportati a 110 (moltiplicando la media per 11 e dividendo il prodotto per 3). Il calcolo viene effettuato prendendo in considerazione solo due cifre decimali. Il voto di presentazione riportato sullo statino di laurea deve essere arrotondato dalla Commissione all'unità successiva se la parte decimale del risultato è uguale o maggiore di 0,50. (es. 101.49 = 101; 101.51 = 102).

Art. 8 – Assicurazione della qualità

Il Cds aderisce alla politica di assicurazione della qualità di Ateneo. Lo Statuto di UNIBA ha attribuito al Presidio della Qualità di Ateneo (PQA) le funzioni relative alle procedure di Assicurazione della Qualità (AQ), per promuovere e migliorare la qualità della didattica, ricerca e terza missione e tutte le altre funzioni attribuite dalla legge, dallo Statuto e dai Regolamenti. Il processo di AQ è trasparente e condiviso con la tutta la comunità universitaria e gli stakeholder esterni attraverso la pubblicazione della documentazione utile prodotta dal PQA, visibile al link <https://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita>. In particolare, i documenti "Sistema di Assicurazione della Qualità di UNIBA" (SAQ) e "Struttura Organizzativa e responsabilità a livello di Ateneo della gestione della Qualità" descrivono le modalità attraverso cui gli organi di governo e tutti gli attori dell'AQ di UNIBA interagiscono fra loro per la realizzazione delle politiche, degli obiettivi e delle procedure di AQ negli ambiti della didattica, ricerca, terza missione e amministrazione. Il referente per la gestione dell'Assicurazione della Qualità è il Coordinatore, coadiuvato dal Delegato del Dipartimento AQ, prof. Armando Saponaro e dal gruppo di lavoro composto dai prof.ri: Y. De Luca, S. Di Chio, C. Marin e dagli studenti: N. Paparusso e F. Shatku.

Art. 9 – Norme finali

1. Il presente Regolamento è applicato a decorrere dall'a.a. «2023-2024» e rimane in vigore per l'intera coorte di studi.
2. Per tutto quanto non espressamente previsto dal presente Regolamento si rinvia allo Statuto, al Regolamento Didattico di Ateneo e alla normativa vigente, nonché alle disposizioni dell'Università.

ALLEGATO 1 - OBIETTIVI FORMATIVI DEGLI INSEGNAMENTI PER IL CORSO DI «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa » PER LA COORTE A.A. «2023-2025 »

Attività formativa	Obiettivi formativi
Attività «obbligatoria/a scelta»	
METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI: - STATISTICA E COMUNICAZIONE:	L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire agli studenti la conoscenza delle essenziali metodologie statistiche nel campo dei processi di comunicazione e di far acquisire loro dimestichezza con le tecniche

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

	<p>comunicazione, nonché nella valorizzazione delle risorse umane coinvolte in tali processi; - Competenze professionali specifiche per operare con autonomia nell'ambito della comunicazione pubblica, sociale e istituzionale, nonché nei settori dell'impresa pubblica e privata, e delle aziende che aderiscono ai distretti produttivi del territorio e delle diverse istituzioni pubbliche e private, profit e non profit. I principali obiettivi formativi sono volti a dotare gli studenti di:</p> <ul style="list-style-type: none">- conoscenze fondamentali e specialistiche dei saperi socio-comunicativi, semiotici, linguistici, politici, economico-giuridici, storici e dell'informazione;- acquisizione dei fondamenti teorici ed epistemici della ricerca nell'ambito delle scienze del linguaggio, delle scienze sociali, politologiche, statistiche e demografiche, nonché delle metodologie qualitative e quantitative avanzate per la ricerca di base e applicata nell'ambito delle discipline della comunicazione;- conoscenze fondamentali delle tecnologie applicative nei vari campi della comunicazione e dell'informazione, con riferimento anche all'analisi dei media impiegati nella comunicazione delle imprese, degli enti pubblici e non profit;- approfondimento delle competenze comunicative, in forma scritta e orale, della lingua inglese, con riferimento anche ai lessici disciplinari relativi alla laurea magistrale; <p>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE, PSICOLOGIA, COMUNICAZIONE CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA, SOCIALE E D'IMPRESA (CLASSE LM – 59) - conoscenze linguistiche e meta-linguistiche atte a sviluppare competenze specialistiche nell'uso del linguaggio verbale, nelle sue varie articolazioni, necessarie a garantire l'efficacia dei sistemi di comunicazione in diversi contesti applicativi, ivi compresa la gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna di imprese pubbliche e private, enti e nella pubblica amministrazione; - conoscenza degli strumenti della comunicazione linguistica e della sua applicazione anche in ambito informatico e telematico; - conoscenze fondative della cultura organizzativa e sulle dinamiche di gestione delle risorse umane nelle organizzazioni pubbliche e private; - conoscenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit; - conoscenze delle tecniche e metodologie della ricerca socio-demografica e demoscopica; - conoscenze delle tecniche e metodologie idonee a sviluppare competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nelle organizzazioni profit e non profit; - conoscenze delle tecniche e metodologie idonee a sviluppare competenze manageriali, organizzative e gestionali necessarie allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità nella gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche, e di organizzazioni del terzo settore; - conoscenze, acquisite anche attraverso laboratori svolti da professionisti e in stage presso enti ed imprese, o all'estero, volte a sviluppare l'abilità di</p>
--	---

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

	<p>progettazione dei contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale. - conoscenze delle norme che regolamentano la comunicazione pubblica e d'impresa e ne determinano controllo e deontologia. - L'insegnamento è particolarmente rivolto alla formazione delle corrispondenti figure professionali nella declinazione dei predetti indicati obiettivi con riferimento ai temi della criminalità, devianza e vittimizzazione nell'ambito della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa in rapporto ai media e alla società.</p>
ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente descrizione e discussione degli aspetti generali della comunicazione pubblica, sociale e d'impresa nel contesto italiano, inglese e statunitense; analisi del aspetti lessicali della comunicazione d'impresa: creazione ed analisi di un corpus di documenti in lingua inglese concernenti le attività svolte dagli uffici stampa e dagli uffici di comunicazione di enti ed istituzioni internazionali (ex.: UE, ONU; BCE, UNHCR, IOM, UNESCO, etc.); creazione di lessici disciplinari funzionali alla traduzione di contenuti specialistici; realizzazione di workshops su documenti e testi specialistici: verranno assegnati testi su cui lavorare a casa di volta in volta, poi le varie soluzioni di traduzione saranno discusse e valutate collettivamente in aula con il docente;</p>
COMUNICAZIONE LINGUISTICA	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di fornire adeguata conoscenza e consapevolezza metalinguistica circa il ruolo che la prosodia (in particolare l'intonazione) e i gesti svolgono nella comunicazione, specie in quei contesti di comunicazione pubblica in cui tale ruolo risulta particolarmente importante per scopi persuasivi e/o miranti ad attirare o mantenere costante l'attenzione dell'ascoltatore.</p>
PSICOLOGIA DEL MARKETING	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di trasferire competenze di lettura ed analisi delle dinamiche e dei meccanismi che sottostanno ai processi del consumo e della comunicazione di marketing, nonché di costruzione di strumenti utili a raccogliere le percezioni del consumatore ed a comprendere i suoi comportamenti di consumo.</p>
<p>Un insegnamento a scelta tra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - FILOSOFIA E RELAZIONI COMUNICATIVE 	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente dal Panopticon al Synopticon: analisi fenomenologica della relazione comunicativa nell'era della sorveglianza liquida.</p>

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

<p>- MEDIA, CULTURA VISUALE E SOUND STUDIES</p> <p>- SOCIOLOGIA DIGITALE</p>	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente, della studentessa, comprensione della cultura digitale e della sua evoluzione dalla fine dello scorso millennio al XXI secolo. Immagini analogiche e digitali, linguaggi della rete, sound design e soundscape in ottica di genere e intersezionale costituiscono l'orizzonte interpretativo e l'ambiente mediale oggetto di studio. A partire dal saggio fondamentale del filosofo tedesco Walter Benjamin L'opera d'arte all'epoca della sua riproducibilità tecnica (1936), si intende comprendere la teoria dell'aura alla luce dei profondi mutamenti avvenuti e ancora in atto (AI, NFT, chat-gpt, memetica) nel tessuto societale e derivati dai media elettronici. Techné, tec(h)nologia e questioni di genere divengono cogenti nell'era digitale: cosa ha impedito alle donne e a figure marginali nel tempo di cimentarsi nell'impiego della tecnologia, di avvicinarsi alla produzione musicale, audiovisiva e ai mestieri legati ad informatica, tecnologia, ingegneria del suono etc.? Oggetto di indagine sono i complessi rapporti con la tecnologia aggiornati al Nuovo Millennio.</p> <p>L'attività formativa ha l'obiettivo di padroneggiare i riferimenti teorici e i contesti di applicazione principali della sociologia digitale.</p>
<p>PSICOLOGIA DELL'INFLUENZA SOCIALE E PERSUASIONE</p>	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo e potenziamento delle conoscenze e delle competenze teorico-metodologiche concernenti le dinamiche comunicative politiche e sociali sia considerando gli aspetti di comunicazione verbale che corporei dei leader. • Promozione delle capacità di applicare trasversalmente le competenze acquisite nei diversi contesti comunicativi, tenendo conto della loro peculiarità in un'ottica di persuasore, comunicatore e professionista della comunicazione.
<p>Un insegnamento a scelta tra:</p> <p>- CULTURE E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE IN LINGUA FRANCESE</p>	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente conoscenze di base della letteratura francofona con particolare attenzione alla produzione di scrittori contemporanei.</p> <p>Tale corso è finalizzato all'approfondimento delle conoscenze letterarie dello studente, con particolare attenzione alle letterature dei paesi francofoni.</p>

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

- LETTERATURA INGLESE	<p>L'attività formativa ha l'obiettivo di acquisire da parte dello studente tramite un approccio interdisciplinare di nozioni e categorie critiche riguardo la storia dell'impero britannico, ovvero della sua <i>master narrative</i>, e i rapporti culturali anglo-italiani. In termini di pensiero decoloniale, il primo campo epistemico fa capo alla <i>colonial difference</i> (orientalismo); il secondo a quello della <i>imperial difference</i> (meridionismo). Partendo dal primo si arriverà al secondo, intrecciando i vari casi storici e testuali. L'obiettivo finale è la congiunzione critica di questi due percorsi discorsivi ed epistemologici che fatalmente hanno costruito la modernità dentro e fuori l'Occidente, e i cui riverberi ancor oggi si avvertono nel mondo della comunicazione mainstream.</p>
-----------------------	--

ALLEGATO 2 – PERCORSO FORMATIVO PER STUDENTI/STUDENTESSE IMPEGNATI/E A TEMPO PIENO E STUDENTI/STUDENTESSE IMPEGNATI/E A TEMPO PARZIALE
2.a Corso di «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa*»: percorso formativo previsto per studenti/ studentesse impegnati/e a tempo pieno per la coorte a.a. «2023-2025»
I ANNO

Attività formativa	SSD	CFU			TFA	MV	Propedeuticità	
		TOT	LEZ	LAB				
METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI:		12	80			B	O	
- STATISTICA E COMUNICAZIONE: FONTI E ANALISI DEI DATI	SECS-S/01							
- DEMOGRAFIA SOCIALE E POLITICHE DI POPOLAZIONE	SECS-S/04							

Regolamento didattico Corso di Laurea in «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59»

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E D'IMPRESA	SPS/08	9	60			<i>B</i>	<i>O</i>	
TEORIA DELL'INFORMAZIONE E SCIENZA DEI SEGNI	M-FIL/05	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>	
LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>	
ECONOMIA AZIENDALE	SECS-P/07	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>	
CRIMINOLOGIA, MEDIA E SOCIETÀ	SPS/12	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>	
ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION	L-LIN/12	6	40			<i>C</i>	<i>O</i>	
LABORATORIO DI ANALISI DI BRAND, IDENTITÀ E CULTURA VISUALE		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>	
TIROCINIO		6			150	<i>S</i>	<i>F</i>	

II ANNO

Attività formativa	SSD	CFU			TFA	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB			
COMUNICAZIONE LINGUISTICA	L-LIN/01	6	40		<i>B</i>	<i>O</i>	
ATTIVITÀ A SCELTA		9	60		<i>D</i>	<i>S/O</i>	
LABORATORIO DI ADVANCED WRITING AND SPEAKING SKILLS FOR BUSINESS ENGLISH		3		20	<i>F</i>	<i>I</i>	
PSICOLOGIA DEL MARKETING	M-PSI/06	6	40		<i>B</i>	<i>O</i>	
Un insegnamento a scelta tra: - FILOSOFIA E RELAZIONI COMUNICATIVE	M-FIL/01	6	40		<i>C</i>	<i>O</i>	

Regolamento didattico Corso di Laurea in «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59»

- MEDIA, CULTURA VISUALE E SOUND STUDIES	L-ART/06							
- SOCIOLOGIA DIGITALE	SPS/08							
LABORATORIO DI DIGITAL MARKETING		3		20		F	I	
PSICOLOGIA DELL'INFLUENZA SOCIALE E PERSUASIONE	M-PSI/05	6	40			B	O	
LABORATORIO DI INFORMATICA		3		20		F	I	
Un insegnamento a scelta tra: - CULTURE E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE IN LINGUA FRANCESE - LETTERATURA INGLESE	L-LIN/03 L-LIN/10	6	40			C	O	
LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA		3		20		F	I	
PROVA FINALE		6				E	O	

Legenda:

SSD= settore scientifico disciplinare;

CFU (crediti formativi universitari) / ECTS (European Credit Transfer System): **TOT**= cfu totali per insegnamento o altra attività formativa; **LEZ** = cfu orario per lezione frontale; **LAB**= cfu orario per esercitazioni di laboratorio, d'aula etc;

TAF (tipologia attività formativa): **A**= attività formativa di base; **B**= attività formativa caratterizzante; **C - R**= attività formativa affine o integrativa; **D**= attività formativa a scelta dello studente; **E**= Lingua/prova finale; **F**= altro (ulteriori conoscenze linguistiche, abilità informatiche, Tirocini formativi e di orientamento, altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del Lavoro); **G**= a scelta autonoma della sede (ambiti di sede); **S**: stage e tirocini; **T**: caratterizzanti transitate ad affini.

MV (modalità di verifica): **O**= orale; **S** = scritto; **I**= idoneità; **F**= solo frequenza.

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

2.b Corso di «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa»: percorso formativo previsto per studenti / studentesse impegnati/e a tempo parziale per la coorte a.a. . «2023-2025»
I ANNO

Attività formativa	SSD	CFU				TFA	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E D'IMPRESA	SPS/08	9	60			B	O	
TEORIA DELL'INFORMAZIONE E SCIENZA DEI SEGNI	M-FIL/05	6	40			B	O	
ECONOMIA AZIENDALE	SECS-P/07	6	40			B	O	
CRIMINOLOGIA, MEDIA E SOCIETÀ	SPS/12	6	40			B	O	

II ANNO

Attività formativa	SSD	CFU				TFA	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI: - STATISTICA E COMUNICAZIONE: FONTI E ANALISI DEI DATI - DEMOGRAFIA SOCIALE E POLITICHE DI POPOLAZIONE	SECS-S/01 SECS-S/04	12	80			B	O	

Regolamento didattico Corso di Laurea in «Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59»

LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>	
ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION	L-LIN/12	6	40			<i>C</i>	<i>O</i>	
LABORATORIO DI ANALISI DI BRAND, IDENTITÀ E CULTURA VISUALE		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>	
TIROCINIO		6			150	<i>S</i>	<i>F</i>	

III ANNO

Attività formativa	SSD	CFU			TFA	MV	Propedeuticit à
		TOT	LEZ	LAB			
COMUNICAZIONE LINGUISTICA	L-LIN/01	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>
ATTIVITA' A SCELTA		9	60			<i>D</i>	<i>S/O</i>
PSICOLOGIA DEL MARKETING	M-PSI/06	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>
LABORATORIO DI ADVANCED WRITING AND SPEAKING SKILLS FOR BUSINESS ENGLISH		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>
LABORATORIO DI INFORMATICA		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>
LABORATORIO DI DIGITAL MARKETING		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

IV ANNO

Attività formativa	SSD	CFU				TFA	MV	Propedeuticità
		TOT	LEZ	LAB				
PSICOLOGIA DELL'INFLUENZA SOCIALE E PERSUASIONE	M-PSI/05	6	40			<i>B</i>	<i>O</i>	
LABORATORIO DI SCRITTURA CREATIVA		3		20		<i>F</i>	<i>I</i>	
Un insegnamento a scelta tra: - FILOSOFIA E RELAZIONI COMUNICATIVE - MEDIA, CULTURA VISUALE E SOUND STUDIES - SOCIOLOGIA DIGITALE	M-FIL/01 L-ART/06 SPS/08	6	40			<i>C</i>	<i>O</i>	
Un insegnamento a scelta tra: - CULTURE E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE IN LINGUA FRANCESE - LETTERATURA INGLESE	L-LIN/03 L-LIN/10	6	40			<i>C</i>	<i>O</i>	
PROVA FINALE		6				<i>E</i>	<i>O</i>	

Regolamento didattico Corso di Laurea in «*Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e D'Impresa LM/59*»

Legenda:

SSD= settore scientifico disciplinare;

CFU (crediti formativi universitari) / ECTS (European Credit Transfer System): **TOT**= cfu totali per insegnamento o altra attività formativa; **LEZ** = cfu orario per lezione frontale; **LAB**= cfu orario per esercitazioni di laboratorio, d'aula etc;

TAF (tipologia attività formativa): **A**= attività formativa di base; **B**= attività formativa caratterizzante; **C - R**= attività formativa affine o integrativa; **D**= attività formativa a scelta dello studente; **E**= Lingua/prova finale; **F**= altro (ulteriori conoscenze linguistiche, abilità informatiche, Tirocini formativi e di orientamento, altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del Lavoro); **G**= a scelta autonoma della sede (ambiti di sede); **S**: stage e tirocini; **T**: caratterizzanti transitate ad affini.

MV (modalità di verifica): **O**= orale; **S** = scritto; **I**= idoneità; **F**= solo frequenza.