



QUADRO A1.a
R&D

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

06/01/2018

Il giorno 19 dicembre 2017 nell'aula "M. Montessori", Il piano del Dipartimento FOR.PSI.COM., erano presenti all'incontro convocato dalla prof.ssa Ylenia De Luca in data 12.12.2017, i rappresentanti delle "Parti Sociali". All'incontro erano preseti, oltre alla prof.ssa De Luca, in rappresentanza del Dipartimento For.Psi.Com., e: l'Amministratore della Cube Comunicazione s.r.l.; il responsabile della comunicazione della Pugliapromozione; l'editore Giuseppe Laterza; una consigliera dell'Ordine dei giornalisti - Puglia.

L'offerta formativa proposta dal Dipartimento FOR.PSI.COM. ha tenuto presente un nodo assai rilevante, quello del rapporto stretto tra formazione dei profili professionali e sbocchi lavorativi sul Territorio. A partire dal 2004, anno di prima istituzione dei corsi di laurea magistrale in Scienze della Comunicazione, il dipartimento si è preoccupato di offrire forme di raccordo tra le professioni e il job placement .

È del 2005 un "tavolo" avviato dalla Facoltà di Scienze della Formazione, attualmente dipartimento FOR.PSI.COM., con la Regione Puglia con l'Assessorato ai Servizi sociali per offrire linee comuni nella proposta progettuale.

Descrizione link: Verbale consultazione parti sociali

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO A1.b

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

QUADRO A2.a
R&D

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Laureati esperti in progettazione e gestione della comunicazione negli enti pubblici e privati, nelle aziende e nelle organizzazioni no-profit.

funzione in un contesto di lavoro:

Il profilo dei laureati consentirà loro:

1. di svolgere ruoli di responsabilità gestionale nella comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit;
2. di saper gestire flussi di comunicazione interna ed esterna di imprese, di enti ed aziende pubbliche e di organizzazioni del

terzo settore;

3. di possedere la padronanza scritta e orale dell'inglese settoriale

competenze associate alla funzione:

1. dirigere i settori e/o gli uffici addetti alla comunicazione di imprese ed enti pubblici e privati
2. curare la redazione, la pubblicazione e la diffusione, anche attraverso le nuove tecnologie, di documenti e materiali d'informazione e di studio nelle aziende pubbliche e private;
3. sovrintendere alle strategie di comunicazione sociale delle imprese e degli enti pubblici e privati

sbocchi occupazionali:

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.

QUADRO A2.b



Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti della gestione nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.1)
2. Specialisti del controllo nella Pubblica Amministrazione - (2.5.1.1.2)
3. Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
4. Esperti nello studio, nella gestione e nel controllo dei fenomeni sociali - (2.5.3.2.1)

QUADRO A3.a



Conoscenze richieste per l'accesso

06/02/2018

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 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; L1 Beni Culturali; L3 Discipline delle Arti Figurative, della Musica, dello Spettacolo e della Moda; L6 Geografia; L-10 Lettere; L11 Lingue e Culture Moderne; L12 Mediazione Linguistica; L15 Scienze del Turismo; L16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione; L18 Scienze dell'economia e della Gestione Aziendale; L33 Scienze Economiche; L36 Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali; L37 Scienze Sociali per la Cooperazione, lo Sviluppo e la Pace; L40 Sociologia; L42 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 accedere 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.

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

06/03/2018

La verifica dei requisiti di ammissione e la preparazione personale sarà effettuata attraverso le modalità definite specificatamente dal Regolamento didattico del corso di studio.

QUADRO A4.a

R^{AD}

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

16/02/2018

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;

- 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 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.

QUADRO A4.b.1

RA D

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

Sintesi

Area Socio-Comunicativa

Al termine del percorso formativo il laureato conosce i fondamenti teorici della Sociologia della Comunicazione idonei per l'analisi critica di strutture e agenti sociali rilevanti per definire un contesto comunicativo; ha padronanza dei metodi quantitativi e qualitativi di indagine socio-comunicativa. Le conoscenze e le capacità di comprensione sono conseguite attraverso la frequenza alle lezioni

frontali, i seminari con ospiti dal mondo della ricerca, dell'impresa e delle professioni e tramite lo studio individuale.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene principalmente attraverso esami orali e scritti.

Area economico-giuridica

Al termine del percorso formativo il laureato conosce i fondamenti dell'economia aziendale pubblica e privata, la gestione delle risorse umane, le strategie base del marketing; prevista, inoltre, la conoscenza dei metodi statistici di raccolta e analisi dei dati, la costruzione di dataset e la padronanza delle norme europee sulla comunicazione pubblica, sociale e d'impresa.

Le conoscenze e le capacità di comprensione sono conseguite attraverso la frequenza alle lezioni frontali, i seminari con ospiti dal mondo della ricerca, dell'impresa e delle professioni e tramite lo studio individuale.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene principalmente attraverso esami orali e scritti.

Area Linguistica

Al termine del percorso formativo il laureato ha affrontato lo studio della lingua inglese; approfondito forme e contenuti del patrimonio letterario europeo; conosce gli strumenti della comunicazione linguistica e della sua applicazione anche in ambito informatico e telematico.

Le conoscenze e le capacità di comprensione sono conseguite attraverso la frequenza alle lezioni frontali, i seminari con ospiti dal mondo della ricerca, dell'impresa e delle professioni e tramite lo studio individuale.

La verifica del raggiungimento dei risultati di apprendimento avviene principalmente attraverso esami orali e scritti.

**Conoscenza e
capacità di
comprensione**

<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione</p>	<p>Area Socio-Comunicativa</p> <p>Il laureato sviluppa capacità di problem solving; padroneggia la progettazione di un piano di comunicazione e le nozioni base per l'organizzazione di una campagna o di un programma di indagine; conosce compiti e mansioni di un addetto alla comunicazione in un'azienda pubblica, privata o del terzo settore.</p> <p>Area economico-giuridica</p> <p>Il laureato padroneggia la Data Analysis, ha consapevolezza dei processi di datificazione in corso e ne segue l'aggiornamento; ha consapevolezza dei principali metodi, tecniche e strumenti per l'analisi dei dati di ricerca di mercato; è in grado di conoscere e rispettare le norme per la progettazione di piani e la creazione di contenuti di comunicazione pubblica e d'impresa sul mercato europeo.</p> <p>Area Linguistica</p> <p>Il laureato conosce il lessico specialistico in lingua inglese per la comunicazione; sa orientarsi nel contesto culturale europeo nel quale opererà.</p> <p>Strumenti didattici: colloqui su temi inerenti le lezioni teoriche; attività seminariali con la messa in atto di simulazioni di situazioni significative, in particolare per le attività di ambito socio-comunicativo, economico-giuridico e linguistico; attività di laboratorio informatico con l'utilizzo di software specifici per ricerche correlate alle tre aree, con relativa lettura e corretta interpretazione dei dati raccolti; laboratori linguistici per la didattica relativa all'acquisizione delle competenze linguistiche previste dal percorso formativo.</p>	

QUADRO A4.b.2

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

Conoscenza e comprensione

I laureati In Scienze della Comunicazione pubblica, sociale e d'impresa devono possedere ampia conoscenza dei sistemi di gestione della comunicazione interna ed esterna nelle organizzazioni complesse pubbliche, private o del terzo settore; dei metodi di produzione, progettazione e realizzazione di piani di comunicazione e singoli prodotti mediali; dei metodi di elaborazione, analisi e divulgazione dei dati relativi alla ricerca di mercato; delle regole giuridiche e delle variabili economiche dei contesti comunicativi europei; delle potenzialità degli strumenti linguistici anche in ambito informatico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

I laureati In Scienze della Comunicazione pubblica, sociale e d'impresa sanno elaborare in modo autonomo e in senso critico le competenze acquisite ; redigere, analizzare e decodificare un testo complesso; progettare un piano di comunicazione multimediale; adattare gli strumenti comunicativi ai contesti culturali differenti e agli obiettivi di organizzazioni pubbliche,

private o del terzo settore. Sviluppano queste capacità attraverso strumenti didattici come colloqui su temi inerenti le lezioni teoriche; attività seminariali con la messa in atto di simulazioni di situazioni significative, in particolare per le attività di ambito socio-comunicativo, economico-giuridico e linguistico; attività di laboratorio informatico con l'utilizzo di software specifici per ricerche correlate alle tre aree, con relativa lettura e corretta interpretazione dei dati raccolti; laboratori linguistici per la didattica relativa all'acquisizione delle competenze linguistiche previste dal percorso formativo.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

COMUNICAZIONE LINGUISTICA [url](#)

CRIMINOLOGIA, MEDIA E SOCIETA' [url](#)

CULTURE E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE IN LINGUA FRANCESE [url](#)

DEMOGRAFIA SOCIALE E POLITICHE DI POPOLAZIONE (*modulo di METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI*) [url](#)

ECONOMIA AZIENDALE [url](#)

ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION [url](#)

FILOSOFIA E RELAZIONI COMUNICATIVE [url](#)

ISTITUZIONI DELL'UNIONE EUROPEA E POLITICHE DI COMUNICAZIONE [url](#)

LABORATORIO DI ANALISI DELL'INFORMAZIONE E DELLE FAKE NEWS [url](#)

LABORATORIO DI ANALISI DI BRAND, IDENTITA' E CULTURA VISUALE [url](#)

LABORATORIO DI CULTURA E COMUNICAZIONE DIGITALE [url](#)

LABORATORIO DI INFORMATICA [url](#)

LABORATORIO DI TRADUZIONE AUDIOVISIVA E ACCESSIBILITA' [url](#)

LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS [url](#)

LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA [url](#)

MEDIA E CONSUMI CULTURALI [url](#)

METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI [url](#)

NARRAZIONI DEL PLURALISMO CULTURALE STATUNITENSE [url](#)

PSICOLOGIA DEL MARKETING [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E D'IMPRESA [url](#)

STATISTICA E COMUNICAZIONE: FONTI E ANALISI DEI DATI (*modulo di METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI*) [url](#)

STORIA SOCIALE [url](#)

TEORIA DELL'INFORMAZIONE E SCIENZE DEI SEGNI [url](#)

QUADRO A4.c



Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento


Autonomia di giudizio

Capacità di integrare, attraverso un processo di interpretazione e valutazione personale, le conoscenze acquisite nei vari ambiti disciplinari, coniugando opportunamente gli aspetti relativi alla progettazione di contenuti di comunicazione con quelli di natura gestionale e organizzativa. Capacità di formulare con senso critico proposte in ordine al miglioramento qualitativo dei contenuti e degli strumenti della comunicazione aziendale pubblica e privata.

La verifica dell'acquisizione dell'autonomia di giudizio avviene nell'ambito delle verifiche di profitto degli insegnamenti del piano di studio, nelle attività formative di tirocinio e nella preparazione della tesi di laurea.

Adeguate padronanza degli strumenti della comunicazione linguistica, sia in termini di consapevolezza meta-linguistica (comunicazione verbale nelle sue diverse articolazioni), sia

Abilità comunicative	<p>nell'utilizzo di adeguati strumenti tecnologici. In ambito manageriale, capacità di interazione e valorizzazione dei vari attori coinvolti nei processi di comunicazione sia interna che esterna all'organizzazione.</p> <p>Modalità di sviluppo di questa abilità sono: i colloqui con i docenti e i tutor didattici attraverso esercitazioni, incontri individuali studenti-docenti, verifica orale nell'esame di profitto. L'utilizzo di strumenti informatici per la comunicazione on line e la ricerca bibliografica favoriscono l'acquisizione delle suddette abilità comunicative.</p>
Capacità di apprendimento	<p>Capacità di acquisire adeguati strumenti metodologici e operativi (pianificazione di tempi, costi e modelli di intervento) che possano contribuire alla definizione di un piano di sviluppo per il proprio profilo professionale in modo continuo e aggiornato.</p> <p>La verifica dell'acquisizione delle suddette capacità avviene attraverso gli esami di profitto e la redazione della tesi di laurea. Tuttavia la verifica sarà svolta in itinere attraverso lo svolgimento di esercitazioni e durante il tirocinio.</p>

QUADRO A5.a 	Caratteristiche della prova finale
---	---

19/12/2017

La prova finale consiste nella discussione di una dissertazione scritta elaborata dallo studente e relativa ad una ricerca (bibliografica o sperimentale) su una tematica afferente ad una qualsiasi disciplina curricolare, o riferita ad un ambito interdisciplinare. Successivamente alla validazione da parte del relatore, la tesi è discussa pubblicamente dal laureando in presenza di una commissione di laurea composta da docenti afferenti al CdS ai fini di valutare l'originalità del contributo offerto dal laureando e la salda acquisizione di specifiche competenze scientifiche e metodologiche. La tesi di laurea può, a richiesta del candidato, e previa approvazione del Consiglio di corso di studio, essere redatta in lingua inglese e discussa nella stessa lingua.

QUADRO A5.b	Modalità di svolgimento della prova finale
--------------------	---

24/02/2018

Successivamente alla validazione da parte del relatore, la tesi è discussa pubblicamente dal laureando in presenza di una commissione di laurea composta da docenti afferenti al CdS ai fini di valutare l'originalità del contributo offerto dal laureando e la salda acquisizione di specifiche competenze scientifiche e metodologiche.



QUADRO B1

Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/formazione-psicologia-comunicazione>

QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/formazione-psicologia-comunicazione>

QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/formazione-psicologia-comunicazione>

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.	L-LIN/01	Anno di corso 1	COMUNICAZIONE LINGUISTICA link	SAVINO MICHELINA	PA	6	40	
		Anno						

2.	SPS/12	di corso 1	CRIMINOLOGIA, MEDIA E SOCIETA' link	SAPONARO ARMANDO	PA	6	40
3.	SECS-S/04	Anno di corso 1	DEMOGRAFIA SOCIALE E POLITICHE DI POPOLAZIONE (<i>modulo di METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI</i>) link	CARELLA MARIA	RU	6	40
4.	M-FIL/01	Anno di corso 1	FILOSOFIA E RELAZIONI COMUNICATIVE link	DE MITA GABRIELLA	RU	6	40
5.	IUS/14	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DELL'UNIONE EUROPEA E POLITICHE DI COMUNICAZIONE link	DI COMITE VALERIA	PA	6	40
6.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ANALISI DI BRAND, IDENTITA' E CULTURA VISUALE link	ATTIMONELLI PETRAGLIONE CLAUDIA	RD	3	20
7.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI CULTURA E COMUNICAZIONE DIGITALE link	DOCENTE FITTIZIO		3	20
8.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS link	DOCENTE FITTIZIO		3	20
9.	SPS/08	Anno di corso 1	MEDIA E CONSUMI CULTURALI link	MONGELLI ANGELA	PO	6	40
10.	SPS/08	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E D'IMPRESA link	DOCENTE FITTIZIO		9	60
11.	SECS-S/01	Anno di corso 1	STATISTICA E COMUNICAZIONE: FONTI E ANALISI DEI DATI (<i>modulo di METODI DI ANALISI QUANTITATIVA DELLE POPOLAZIONI</i>) link	MARIN CLAUDIA	RU	6	40
12.	M-STO/02	Anno di corso 1	STORIA SOCIALE link	POLI GIUSEPPE AGOSTINO	PO	6	40
13.	L-LIN/03	Anno di corso 2	CULTURE E LINGUAGGI DELLA COMUNICAZIONE IN LINGUA FRANCESE link	DE LUCA YLENIA	PA	6	40
		Anno					

14.	SECS-P/07	di corso 2	ECONOMIA AZIENDALE link	DI MARCANTONIO MICHELE	RD	9	60
15.	L-LIN/12	Anno di corso 2	ENGLISH FOR BUSINESS AND COMMUNICATION link	TARONNA ANNARITA	RU	6	40
16.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO DI ANALISI DELL'INFORMAZIONE E DELLE FAKE NEWS link	ATTIMONELLI PETRAGLIONE CLAUDIA	RD	3	20
17.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO DI INFORMATICA link	DOCENTE FITTIZIO		3	20
18.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO DI TRADUZIONE AUDIOVISIVA E ACCESSIBILITA' link	CARBONARA LORENA	RD	3	20
19.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 2	LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA link	ZACCARO GIOVANNA	PA	6	40
20.	L-LIN/11	Anno di corso 2	NARRAZIONI DEL PLURALISMO CULTURALE STATUNITENSE link	DOCENTE FITTIZIO		6	40
21.	M-PSI/06	Anno di corso 2	PSICOLOGIA DEL MARKETING link	MANUTI AMELIA	RU	6	40
22.	M-FIL/05	Anno di corso 2	TEORIA DELL'INFORMAZIONE E SCIENZE DEI SEGNI link	SILVESTRI FILIPPO	PA	6	40

QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: LABORATORI

QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B4

Biblioteche

Pdf inserito: [visualizza](#)

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

Il Corso di studi in relazione all'orientamento in ingresso collabora con la commissione STO (orientamento, tutorato e placement),^{24/02/2018} coordinata dalla dott.ssa Amelia Manuti. La Commissione, in sinergia con il Servizio Orientamento e Tutorato di Ateneo, e con il supporto amministrativo dei manager dell'orientamento (dr.sse Federica Piccarreta, Carmen Somma e Angela Santulli) organizza giornate di presentazione dell'offerta formativa e degli sbocchi occupazionali, in cui si incontrano gruppi di studenti di scuola media superiore interessati al corso di studio in oggetto (ad es. la settimana dell'orientamento e l'open day) e cicli di seminari tematici finalizzati a facilitare la comprensione dei contenuti disciplinari del corso (es. orientamento consapevole). Oltre al versante informativo, si predilige anche il versante formativo attraverso laboratori e simulazioni orientate all'autovalutazione e alla preparazione ai test di ingresso. Durante questi incontri, al fine di facilitare la socializzazione con il nuovo contesto accademico, vengono organizzate vere e proprie visite guidate dei luoghi dell'apprendimento universitario (aule, uffici, biblioteche) per facilitare la transizione verso la nuova esperienza universitaria. Quest'anno, la prof.ssa de Luca, docente proponente del corso in oggetto, aderirà alle iniziative dell'Open day d'ateneo e della settimana dell'orientamento, finalizzate ad informare i futuri studenti circa l'offerta formativa ed all'Orientamento consapevole, ciclo di 10 seminari per la durata di 30 ore orientati ad indirizzare gli studenti delle scuole superiori verso lo studio delle discipline comunicative, sociologiche, giuridiche e economiche, che caratterizzano lo zoccolo duro delle professioni in uscita del corso magistrale LM 59..

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Il Corso di Studi, in collaborazione con la commissione STO (servizio orientamento, tutorato e placement, coordinato dalla^{24/02/2018}

dott.ssa Amelia Manuti e con il supporto amministrativo dei manager dell'orientamento, dott.sse Federica Piccareta, Carmen Somma e Angela Santulli) del Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione, organizza iniziative in itinere ed in uscita che prevedono l'attivazione di laboratori e seminari formativi, in collaborazione anche con i servizi centrali di ateneo. Sono, inoltre, previste attività di didattica integrativa che intendono affiancare gli studenti nella preparazione di esami considerati più difficili. Queste iniziative sono realizzate grazie al supporto di tutor di dipartimento afferenti ai singoli corsi di studio. In tal modo, si valorizza la dimensione dell'apprendimento peer to peer, consentendo agli studenti coinvolti di potenziare e/o scoprire attraverso simulazioni e prove di autovalutazione la rilevanza di alcune academic skills (ad es. come fare una ricerca bibliografica o come scrivere una tesi di laurea). Tali iniziative, che generalmente partono da una ricognizione dei bisogni specifici di ciascun CdS, sono tarate sulle peculiari esigenze degli studenti dei corsi di studio, soprattutto in relazione agli sbocchi professionali in uscita. Si prevede, inoltre, la valutazione del gradimento delle stesse in una logica di miglioramento continuo dei servizi agli studenti.

Nell'ambito delle attività di orientamento e tutorato in itinere, si segnalano inoltre due progetti specifici a sostegno di iniziative di innovazione della didattica e dei servizi agli studenti. Il progetto Dida.Pro mira a rendere la didattica universitaria più efficace e rispondente alle richieste del mondo del lavoro. Esso utilizza un approccio blended che promuove l'attiva partecipazione degli studenti consentendo di superare i problemi di organizzazione dei tempi e degli spazi delle attività didattiche. Il ricorso alle tecnologie informatiche consente di creare relazioni di rete tra esperti, docenti e studenti, valorizzando la vocazione all'internalizzazione della didattica universitaria. Inoltre, la didattica supportata dalle tecnologie è particolarmente indicata per rispondere ai bisogni degli studenti Erasmus in ingresso, per i tirocinanti e per gli studenti con bisogni educativi speciali. La valutazione del progetto riguarda essenzialmente l'impatto delle iniziative sulla percezione di autoefficacia, motivazione e senso di appartenenza alla comunità universitaria.

Il progetto Couns.Uniba riguarda l'implementazione dei servizi rivolti agli studenti nelle attività di counseling universitario, inteso come fattore di potenziamento della retention e del successo accademico. Il progetto prevede la riorganizzazione del servizio di counseling rispetto a tre ambiti prioritari di intervento: il disagio psicologico; le abilità di studio e le academic skills; le strategie di supporto e compensazione rivolte a studenti con disabilità e DSA. Inoltre, il progetto mira a potenziare i canali di erogazione dei servizi di counseling integrando la modalità diretta con quella on line. L'impatto del progetto attiene al livello di consapevolezza degli studenti dell'importanza del servizio di counseling per il miglioramento dell'apprendimento accademico e del benessere psicologico, nonché in vista della riduzione dei tassi di dispersione e abbandono universitari. Entrambi i progetti saranno di supporto e verranno utilizzati dagli studenti del suddetto corso di laurea magistrale.

QUADRO B5

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

Il tirocinio del corso di laurea in Scienze della Comunicazione pubblica, sociale e d'impresa propone allo studente esperienze nel campo della comunicazione finalizzate ad ottenere una formazione interdisciplinare, interculturale, orientata alla internazionalizzazione. Lo studente è assistito da un tutor didattico interno e da un mentore accogliente esterno nello svolgimento di esperienze in realtà istituzionali, produttive territoriali, anche di piccola e media dimensione finalizzate a curare la comunicazione pubblica, sociale e d'impresa.

Lo studente sceglie l'ente consultando direttamente il database pubblicato on-line; le attività sono monitorate e valutate con relazione finale obbligatoria.

Tutta l'attività di tirocinio è coordinata dalla segreteria didattica del dipartimento (Giustina Caprioli, Federica Piccarreta, Piero Lacalaprice) e dal gruppo di lavoro del corso, coordinato dalla dott.ssa Annarita Taronna.

Qui di seguito il link con tutte le indicazioni inerenti lo svolgimento del tirocinio curriculare del Corso di studi.

Pdf inserito: [visualizza](#)

24/02/2018

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.

Nessun Ateneo

Nell'ambito del Corso di Studi vengono promosse attività ed iniziative finalizzate a facilitare il contatto con aziende e strutture pubbliche e private operanti sul territorio e ad acquisire competenze tecniche professionalizzanti. La Commissione Tirocinio del Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione coordinata dalle prof.sse Loredana Perla e Gabriella De Mita, si occupa degli aspetti organizzativi e formativo-didattici connessi alla work-experience e all'apprendimento professionale. Mentre in collaborazione con la commissione STO (servizio orientamento, tutorato e placement, coordinato dalla dott.ssa Amelia Manuti e con il supporto amministrativo dei manager dell'orientamento, dott.sse Federica Piccareta, Carmen Somma e Angela Santulli) e con i servizi centrali di ateneo per il Job Placement vengono organizzati workshop finalizzati a valorizzare la ricerca attiva del lavoro, promuovendo l'informazione circa i principali canali di collocamento in Italia ed all'estero (es. bandi, progetti, ecc.), facilitando l'incontro con il mercato del lavoro attraverso testimonianze e job meeting ed infine offrendo occasioni per affinare le proprie competenze di career management e gli strumenti utili a definire un progetto professionale (ad es. attraverso laboratori sull'autopresentazione, sulla redazione del curriculum, sul colloquio di lavoro).

24/02/2018

QUADRO B6

Opinioni studenti

QUADRO B7

Opinioni dei laureati



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

QUADRO C2

Efficacia Esterna

QUADRO C3

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