



QUADRO A1.a  
RAD

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

Il giorno 29 gennaio 2008 nella Sala del Consiglio del Senato dell'Ateneo, erano presenti i rappresentanti della Regione, i giornalisti della stampa locale, le "Parti Sociali".

Il Preside Laneve ringrazia e apre l'incontro dando indicazioni di framing in riferimento all'applicazione della legge 270/04. L'offerta formativa della Facoltà oltre ai due criteri guida indicati dal MUR (razionalizzazione e qualificazione) 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 la presidenza si è preoccupata di offrire forme di raccordo tra le professioni che la Facoltà forma e il job placement .

È del 2005 un "tavolo" avviato dalla Facoltà con la regione Puglia con l'Assessorato ai Servizi sociali per offrire linee comuni nella proposta progettuale.

Prendono la parola i signori Antonio Nicoli (Cisl Puglia), Paolo Peluso (Cgil), il dott. Solanitro (Cisl), la dott.ssa Garuti (Coordinamento formazione Regione Puglia) ed esprimono tutti vivo e pieno apprezzamento sull'offerta formativa e si augurano forme di collaborazione ravvicinata e continua come le forme di cooperazione avviate nel 2004.

Il Preside ringrazia per l'apprezzamento unanime e invita ad un incontro per la fine di Marzo e ad un Seminario pubblico nella prima metà di Maggio 2008 per continuare e costruire insieme figure professionali in linea con lo sviluppo della Regione.

QUADRO A1.b

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

22/02/2018

Il giorno 13 FEBBRAIO 2018, alle ore 15.00, presso l'aula Maria Montessori del Dipartimento di Scienze della Formazione, Psicologia, Comunicazione, Palazzo Chiaia-Napolitano, si è tenuto l'incontro con gli Enti convenzionati per il tirocinio con il Corso di Studio in Scienze della Comunicazione per discutere di tutte le eventuali criticità insite nel rapporto tra le diverse istituzioni.

Per il Corso di Studio erano presenti il Prof. Filippo Silvestri, Coordinatore del Corso di Studio e il Prof. Luigi Cazzato. Per gli Enti erano presenti l'ente Progedit, l'ente Cube Comunicazione, il Sipario, la rappresentante del Ministero dei Beni Culturali, la rappresentante del Comune di Bari, la Confcooperative Puglia, l'Associazione Culturale Link, il Comune di Palo del Colle, il Consorzio Teatro Pubblico Pugliese, l'ente Primi Applausi, il Corecom Puglia, Jcom Italia, l'ente Vistudio. .

Dall'incontro sono emersi diversi spunti di riflessioni utili a migliorare le attività di tirocinio. In particolare occorre potenziare il collegamento tra gli Enti e l'Università. Gli Enti chiedono in particolare una maggiore preparazione preliminare degli studenti rispetto al tirocinio che si avviano a fare ed una scelta realmente consapevole dell'iter stesso di tirocinio che decidono di affrontare, in modo tale che il rapporto di formazione sia poi realmente costruttivo.

Il Corso di Studio prevede ed immagina di potenziare i rapporti con gli enti, le imprese, le aziende, le istituzioni, le parti sociali, le agenzie, il tutto per sviluppare un raccordo reale tra i profili professionali che il Corso di laurea in Scienze della Comunicazione offre e il job placement, per continuare a costruire insieme figure professionali in linea con lo sviluppo concreto del territorio.

Per favorire l'occupazione dei propri laureati e creare opportunità di incontro fra gli studenti, i laureandi, i laureati e il mondo del lavoro, il Corso di Studio, inoltre, avvierà nuovi contatti con enti locali, organizzazioni di categoria e professionisti. Il Corso di Studio ha già attiva una convenzione con il Teatro Pubblico Pugliese (Progetto Formazione Giovane Pubblico) attraverso la quale gli studenti vengono formati alla cultura dello spettacolo, nelle sue diverse forme. Inoltre, sulla base della convenzione fra Dipartimento e il Co.Re.Com della Regione Puglia, si cercherà di continuare a offrire nuove opportunità a studenti e laureati. Il Corso di Studio ha in programma di aumentare le occasioni di contatto con le strutture territoriali rilevanti per creare opportunità lavorative per i neolaureati. Si prevede infine di organizzare due giornate di studi e di incontro tra gli studenti e gli Enti convenzionati, per favorire una scelta più consapevole del percorso di tirocinio che gli studenti stessi si avviano a fare.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale consultazione

QUADRO A2.a

RAD

**Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati**

**Addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico; Esperti della multimedialità; Esperti nell'istruzione a distanza; Professionisti nelle aziende editoriali (librerie e di periodici); Professionisti nelle agenzie pubblicitarie; Professionisti esecutivi nella radio e nella televisione**

**funzione in un contesto di lavoro:**

Il laureato in Scienze della Comunicazione trova i suoi naturali esiti occupazionali, in qualità di libero professionista, di consulente, o di lavoratore dipendente del settore pubblico, privato e privato sociale, nelle seguenti direzioni:

- a) presso Enti pubblici, aziende pubbliche e private, uffici studi; agenzie di consulenza per il marketing e la comunicazione, agenzie di comunicazione, uffici studi e centri di formazione sociale, culturale, ambientale e sanitaria, dove può:
- partecipare alla progettazione e alla messa in atto di campagne di comunicazione;
  - partecipare alla progettazione e alla realizzazione di sondaggi o di ricerche di mercato, finalizzate all'ideazione di campagne di comunicazione.
- b) presso Uffici stampa, URP (Uffici Relazioni con il Pubblico), SUAP (Sportelli Multifunzionali di Informazioni), dove può:
- operare in prima persona nei servizi informativi di front-office;
  - contribuire, progettare e gestire in prima persona le pubbliche relazioni e le attività proprie dell'ufficio stampa con interlocutori italiani ed esteri, in forma orale e scritta.
- c) presso redazioni di giornali e riviste (off-line e on-line), case editrici, tradizionali e multimediali, redazioni di programmi radio e televisivi, dove può:
- svolgere attività di correzione di bozze;
  - collaborare alla composizione grafica;
  - collaborare alla progettazione di contenuti per programmi radiofonici e televisivi;
  - svolgere attività di info-hunting online e offline relativamente a informazioni visive/ verbali e multimediali.
- d) presso Enti, pubblici e privati, che conducono indagini scientifiche e operano per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, culturale e ambientale, dove può:
- partecipare alla organizzazione e riorganizzazione di archivi, biblioteche, cineteche, musei avvalendosi di tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Infine come tecnico della pubblicità può assistere gli specialisti (1) nel promuovere le attività di mercato di una impresa o di una organizzazione; (2) nel creare un'immagine positiva dell'impresa o dell'organizzazione; inoltre, (3) nell'applicare e seguire procedure per programmare e attivare promozioni e campagne pubblicitarie di vario genere e su vari mezzi.

**competenze associate alla funzione:**

- Abilità nell'uso corretto e efficace della lingua italiana nei vari ambiti della comunicazione;
- Competenze formative relative alle nuove tecnologie multimediali della comunicazione e dell'informazione, nonché sviluppo di tutte le abilità necessarie allo svolgimento di attività di comunicazione e relazioni pubbliche in aziende private, nella pubblica amministrazione e nei beni culturali;
- Conoscenze relative alle politiche operative della comunicazione e dell'informazione anche sotto il profilo istituzionale;
- Competenze relative ai settori dei mezzi di comunicazione, nonché tutte le abilità necessarie allo svolgimento di attività professionali nei diversi settori dell'industria culturale (editoria, cinema, radio, televisione, nuovi media) e nel settore dei consumi;
- Abilità di base necessarie alla produzione di testi per la pubblicità;
- Capacità di utilizzare, in forma scritta e orale, due lingue straniere nell'ambito specifico di competenza (linguaggio dei media, del marketing, dell'editoria e giornalismo) e per lo scambio di informazioni generali.

In particolare gli studenti dovranno acquisire:

- la conoscenza di base degli aspetti psicologici della comunicazione;
- la conoscenza dell'evoluzione storica dell'informazione;
- la conoscenza delle problematiche contemporanee della comunicazione letteraria e visuale in lingua italiana, inglese, francese ed americana;
- la conoscenza delle problematiche sociali sottese ai processi che modificano i rapporti tra cultura, società e comunicazione;
- il possesso della lingua inglese indispensabile per gli scambi comunicazionali europei e internazionali e di una seconda lingua comunitaria;
- la conoscenza dei processi che hanno generato le formulazioni dottrinali della comunicazione politica;
- la conoscenza di almeno una cultura letteraria straniera utile alla formazione culturale internazionale e alla comunicazione fra culture di nazionalità diverse;
- la conoscenza dei mezzi tecnologici all'avanguardia e degli approcci empirico-sperimentali per la comunicazione educativa e formativa;
- la capacità di analizzare semiologicamente i contenuti della comunicazione mediale relativa alla produzione e all'analisi dei linguaggi di giornali, radio, tv, libri, cinema, audiovisivi, visuali e culturali;
- la conoscenza degli impegni morali e delle norme legislative che regolano il diritto dei mezzi di comunicazione;
- le tecniche per i rilevamenti statistici inerenti le azioni decisionali nei processi comunicativi;
- la capacità di produzione di testi nei diversi ambiti dello scambio informativo e comunicativo, sia nel pubblico che nel privato;
- la comprensione delle moderne tecniche del marketing e della pubblicità;
- una certa abilità per il migliore utilizzo dei software informatici e in particolare di internet;
- una serie di competenze rivenienti da attività di tirocinio in relazione agli ambiti comunicazionali e relazionali delle amministrazioni pubbliche e private, delle redazioni giornalistiche, radiofoniche e televisive, cinematografiche ed editoriali, nonché delle aziende pubblicitarie.

### **sbocchi occupazionali:**

Gli sbocchi occupazionali e le attività professionali previsti dal Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione sono nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, in qualità di addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, di esperti della multimedialità, di istruttori a distanza, di professionisti nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie.

L'inserimento è così previsto in:

- apparati dell'industria pubblicitaria, audiovisiva, cinematografica e dello spettacolo;
- settori degli addetti stampa, degli esperti di comunicazione e delle relazioni pubbliche in aziende private, nella pubblica amministrazione, in organizzazioni nazionali e comunitarie, anche per quanto riguarda la ricerca sociale e statistica;
- strutture culturali idonee alla produzione di linguaggi letterari e giornalistici, pubblicitari, editoriali, informatici e multimediali.

Alcuni tra gli sbocchi professionali si possono pertanto così riassumere:

- (1) Agenzie pubblicitarie
- (2) Imprese, organizzazioni, società di consulenza che si occupano di promozione turistica
- (3) Uffici di comunicazione di imprese e organizzazioni
- (4) Uffici relazioni esterne, URP di pubbliche amministrazioni
- (5) Centri media
- (6) Imprese e società di consulenza che si occupano di pubbliche relazioni e organizzazione di eventi
- (7) Imprese o organizzazioni che si occupano di vendita e distribuzione
- (8) Settori aziendali che si occupano di vendita e distribuzione, di customer care, di assistenza post-vendita

- (11) Uffici comunicazione e marketing di imprese o organizzazioni
- (12) Imprese e società di consulenza o settori della pubblica amministrazione che si occupano dell'organizzazione di fiere, convegni e eventi culturali
- (13) Imprese o organizzazioni che si occupano di comunicazione web per conto terzi
- (14) Imprese o organizzazioni che gestiscono in proprio la loro comunicazione su siti web tradizionali e/o comunicano sui social media
- (15) Settori di imprese o di enti della pubblica amministrazione che gestiscono la comunicazione istituzionale dell'impresa o dell'ente su siti web tradizionali e/o sui social media.

QUADRO A2.b

RAD

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Intervistatori e rilevatori professionali - (3.3.1.3.2)
2. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
3. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
4. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
5. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
6. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

QUADRO A3.a

RAD

Conoscenze richieste per l'accesso

13/04/2018

L'ammissione al Corso di Studio presuppone il possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

Il Corso di studio adotta un numero programmato di studenti in relazione alle risorse disponibili. Il numero di studenti iscrivibili e le modalità di svolgimento della selezione saranno resi pubblici ogni anno con il relativo bando di concorso.

Si richiede altresì una buona preparazione di base propedeutica allo studio delle discipline previste dall'ordinamento del corso di laurea, con particolare riguardo alle conoscenze relative alle seguenti aree: comprensione della lingua italiana; conoscenza della lingua inglese. Tali conoscenze e abilità sono verificate attraverso una prova obbligatoria le cui modalità di svolgimento e i relativi criteri per il superamento delle eventuali carenze saranno resi pubblici ogni anno con relativo bando di indizione delle prove. Per favorire l'assolvimento degli obblighi formativi aggiuntivi, gli studenti iscritti, che eventualmente non raggiungessero una valutazione sufficiente in una o entrambe le aree precedentemente indicate, dovranno frequentare un corso di recupero d'italiano e un corso di recupero d'inglese e superare la relativa prova di accertamento. L'adempimento della frequenza e il superamento delle prove relative dei suddetti corsi sono condizioni necessarie per l'ammissione al secondo anno di corso.

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

15/06/2017

L'ammissione al Corso di Studio presuppone il possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

Il Corso di Studio adotta un numero programmato a livello locale di posti n. 250.

Saranno accettate le domande di immatricolazione, in ordine cronologico di presentazione, sino a concorrenza del numero programmato di 250.

QUADRO A4.a

R&D

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

09/04/2018

L'offerta formativa del Corso si propone di far acquisire ai laureati:

- le abilità per l'uso corretto e efficace della lingua italiana nei vari ambiti della comunicazione;
- competenze formative relative alle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione, nonché delle abilità necessarie allo svolgimento di attività di comunicazione e relazioni pubbliche in aziende private, nella pubblica amministrazione e nei beni culturali;
- conoscenze relative alle politiche operative della comunicazione e dell'informazione anche sotto il profilo istituzionale;
- competenze relative ai settori dei mezzi di comunicazione, nonché delle abilità necessarie allo svolgimento di attività professionali nei diversi settori dell'industria culturale (editoria, cinema, radio, televisione, nuovi media) e nel settore dei consumi;
- abilità di base necessarie alla produzione dei testi per pubblicità;
- capacità di utilizzare in forma scritta e orale, due lingue straniere nell'ambito specifico di competenza (linguaggio dei media, del marketing, dell'editoria e giornalismo) e per lo scambio di informazioni generali.

In particolare gli studenti dovranno acquisire:

- conoscenza di base degli aspetti psicologici della comunicazione;
- conoscenza dell'evoluzione storica dell'informazione;
- conoscenza delle problematiche contemporanee della comunicazione letteraria e visuale in lingua italiana, inglese e francese;
- conoscenza della fenomenologia storica dal punto di vista sociale;
- conoscenza delle problematiche sociali sottese ai processi che modificano i rapporti tra cultura, società e comunicazione;
- possesso della lingua inglese indispensabile per gli scambi comunicazionali europei e internazionali e di una seconda lingua comunitaria;
- conoscenza dei processi che hanno generato le formulazioni dottrinali della comunicazione politica;
- conoscenza di almeno una cultura letteraria straniera utile alla formazione culturale internazionale e alla comunicazione fra culture di nazionalità diverse;
- conoscenza dei mezzi tecnologici all'avanguardia e degli approcci empirico-sperimentali per la comunicazione educativa e formativa;
- capacità di analizzare semiologicamente i contenuti della comunicazione mediale relativa alla produzione e all'analisi dei linguaggi di giornali, radio, tv, libri, cinema, audiovisivi, visuali e culturali;
- conoscenza degli impegni morali e delle norme legislative che regolano il diritto dei mezzi di comunicazione;
- tecniche per rilevamenti statistici inerenti le azioni decisionali nei processi comunicativi;
- capacità di produzione di testi nei diversi ambiti dello scambio informativo e comunicativo, sia nel pubblico che nel privato;
- comprensione delle moderne tecniche del marketing e della pubblicità;
- abilità per il migliore utilizzo dei software informatici e in particolare di internet;
- competenze rivenienti da attività di tirocinio in relazione agli ambiti comunicazionali e relazionali delle amministrazioni pubbliche e private, delle redazioni giornalistiche, radiofoniche e televisive, cinematografiche ed editoriali, nonché delle aziende pubblicitarie.

Il percorso formativo prevede insegnamenti in grado di fornire competenze di base relativamente ai processi culturali e comunicativi (vedi le discipline linguistico-letterarie, storiche, sociologiche, semiotiche, psicologiche) e insegnamenti di area metodologica e di analisi della comunicazione.

Inoltre, il corso comprende discipline giuridiche, storico-politiche, filosofiche e statistiche.

La distribuzione degli insegnamenti nei tre anni previsti dal corso di studio obbedisce ad una logica di gradualità, approfondimento, specificità.

Il piano didattico prevede diverse attività di laboratorio nelle aeree dell'informatica; della composizione e analisi dei testi; del marketing e della comunicazione, inoltre, sono previsti tirocini formativi presso enti, aziende, organizzazioni e amministrazioni pubbliche, redazioni e uffici stampa, che consentono agli studenti di sperimentare direttamente il contatto con il mondo del lavoro. Si organizzano inoltre, nell'arco dei tre anni e a integrazione dei vari insegnamenti, seminari, convegni, conferenze, giornate di studio tenute da professionisti che operano nel mondo della comunicazione e da docenti universitari.

Favoriti i soggiorni presso Università all'estero, nel quadro di accordi internazionali.

Il Corso di Studio in Scienze della Comunicazione fornisce, dunque, una formazione di base di carattere teorico e pratico sulla comunicazione. Lo studente impara ad analizzare criticamente l'uso dei diversi metodi e linguaggi negli ambiti delle discipline semiotiche, linguistiche, letterarie, psicologiche, storiche, mediatiche, visuali e sociali e viene quindi incoraggiato a maturare un uso appropriato e creativo dei diversi linguaggi culturali e massmediali. Inoltre, lo studente acquisisce gli strumenti per progettare diverse forme di comunicazione nei settori dell'industria culturale, dei consumi, editoriali e cine-audiovisivi. A questo scopo, il piano didattico prevede sia discipline di cultura generale, che approfondiscono la formazione ricevuta negli studi precedenti, con particolare attenzione agli aspetti contemporanei della comunicazione nella vita sociale, sia discipline di carattere metodologico. Gli insegnamenti disciplinari sono affiancati da laboratori nel campo dei linguaggi informatici, pubblicitari, di marketing, di comunicazione politica e da un laboratorio di composizione di testi, nonché e da ultimo un laboratorio di giornalismo, laboratori tutti che consentono di apprendere e contemporaneamente mettere in pratica le competenze sviluppate. Gli studenti devono inoltre impegnarsi in tirocini presso istituzioni, enti, agenzie e aziende in vista della futura attività professionale, nel quadro di accordi locali e nazionali.

QUADRO A4.b.1

RAD

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

**Conoscenza e  
capacità di  
comprensione**

Gli insegnamenti e le altre forme di attività mirano a far acquisire al laureato le conoscenze di base nei campi delle scienze della comunicazione per la comprensione e studio del mondo contemporaneo e conoscenze specifiche relative ai linguaggi e al funzionamento dei media tradizionali, dei nuovi media, della comunicazione d'impresa, delle tecniche di marketing e pubblicitarie; e a fornirgli i relativi strumenti metodologici d'indagine e di analisi. Al raggiungimento degli obiettivi formativi proposti concorrono sia le lezioni frontali sia la partecipazione a seminari, laboratori di approfondimento e convegni promossi dalle strutture di appartenenza. I metodi di verifica degli insegnamenti e dei laboratori comprendono in molti casi non solo l'esame di fine modulo, ma anche la possibilità di ricorrere, in itinere, a strumenti di verifica quali prove scritte, test a risposta multipla o libera, ovvero relazioni scritte. Per quel che concerne i risultati attesi dalle prove in itinere queste ultime perché intermedie sono rivolte ad una verifica delle abilità maturate dallo studente nel corso del lavoro di studio che lo vedrà impegnato di volta in volta e nello specifico delle diverse materie. Diversamente ed a conclusione dei pacchetti formativi complessivamente considerati le prove di verifica sono rivolte a stabilire il grado delle competenze relative ad ogni singolo corso di studio. In questa direzione e per quel che riguarda nel particolare le competenze si rimanda al quadro A2a.

Gli studenti dovranno acquisire criticamente conoscenze e metodologie nelle lezioni frontali, seminariali e laboratoriali ed essere in grado di analizzare testi a supporto delle attività di comunicazione orale, scritta o, più in generale, mediata; applicare la conoscenza di metodologie di

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

ricerca sociale, storica e statistica e le competenze analitiche di natura semiotica, linguistica, mediologica e culturale in genere al fine di ideare, progettare e realizzare attività promozionali di eventi, o testi, o altre tipologie di attività che rientrano tra gli sbocchi professionali e occupazionali previsti per questo tipo di laurea. Le modalità e gli strumenti didattici per il raggiungimento degli obiettivi indicati saranno dunque le lezioni frontali, le attività seminariali e di laboratorio, nonché tutte le verifiche (anche intermedie) delle prove di esame (orali o scritte). Di nuovo ed in luogo di tutte le verifiche e dei risultati attesi vale il principio analitico che per quel che concerne nello specifico le prove in itinere le stesse sono rivolte ad una verifica delle abilità maturate dallo studente nel corso del lavoro di studio che lo vedrà impegnato di volta in volta e nel particolare delle diverse materie. Diversamente ed a conclusione dei pacchetti formativi complessivamente considerati le prove di verifica sono rivolte a stabilire il grado delle competenze relative ad ogni singolo corso di studio. In questa direzione e per quel che riguarda nel particolare le competenze si rimanda al quadro A2a.

QUADRO A4.b.2

**Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio****Area Generica****Conoscenza e comprensione**

Gli insegnamenti e le altre forme di attività mirano a far acquisire al laureato:

- conoscenze di base nei campi delle scienze della comunicazione e dell'informazione, e a fornirgli i relativi strumenti metodologici d'indagine e di analisi;
- conoscenze di base per la comprensione e studio del mondo contemporaneo, dal punto di vista storico, politico-istituzionale, sociologico e culturale in senso lato;
- conoscenze specifiche relative ai linguaggi e al funzionamento dei media tradizionali (stampa, TV), dei nuovi media (Internet, stampa online, blog), della comunicazione d'impresa, delle tecniche di marketing e pubblicitarie;
- la comprensione e capacità di comporre testi in lingua italiana, in inglese e in francese per attività di comunicazione, d'informazione e nell'ambito dei media.

Al raggiungimento degli obiettivi formativi proposti concorrono sia le lezioni frontali sia la partecipazione a seminari, laboratori di approfondimento e convegni promossi dalle strutture di appartenenza. I metodi di verifica degli insegnamenti e laboratori comprendono in molti casi non solo l'esame di fine modulo, ma anche la possibilità di ricorrere, in itinere, a strumenti di verifica quali prove scritte, test a risposta multipla o libera, ovvero relazioni scritte.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Il laureato applica la conoscenza acquisita e la capacità di comprensione operando in ambiti diversi della comunicazione e possiede abilità per:

- acquisire criticamente informazioni, teorie, metodologie proposte nelle lezioni frontali, seminariali e laboratoriali
- analizzare testi a supporto delle attività di comunicazione orale, scritta o, più in generale, mediata;
- raccogliere, analizzare e riportare in forma sintetica dati statistici e informazioni;
- applicare la conoscenza di metodologie di ricerca sociale, storica e statistica e le competenze analitiche di natura semiotica, linguistica, mediologica e culturale in genere al fine di ideare, progettare e realizzare attività promozionali di eventi, o testi, o altre tipologie di attività che rientrano tra gli sbocchi professionali e occupazionali previsti per questo tipo di laurea.

Le conoscenze teoriche insieme alla pratica garantita dalla partecipazione ai diversi laboratori specifici consente ai laureati di possedere la capacità di applicare le conoscenze relative alle discipline linguistico-letterarie, storiche, sociologiche, semiotiche, nonché alle discipline storico-politiche, filosofiche, statistiche e metodologiche, alle attività professionali nell'ambito dei vari settori della comunicazione.

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

CULTURE LETTERARIE E VISUALI ANGLO-AMERICANE [url](#)  
 DIRITTO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE [url](#)  
 ETICA DELLA COMUNICAZIONE [url](#)  
 FILOSOFIA DEL LINGUAGGIO [url](#)  
 LABORATORIO COMPOSIZIONE E ANALISI DEI TESTI [url](#)  
 LABORATORIO DI ABILITA' INFORMATICHE E INTERNET [url](#)  
 LABORATORIO DI COMUNICAZIONE POLITICA [url](#)  
 LABORATORIO DI GIORNALISMO [url](#)  
 LABORATORIO DI TECNICHE DEL MARKETING [url](#)  
 LETTERATURA FRANCESE [url](#)  
 LETTERATURA TEATRALE ITALIANA [url](#)  
 LETTERATURE E CULTURE DI LINGUA INGLESE [url](#)  
 LINGUA FRANCESE [url](#)  
 LINGUA INGLESE [url](#)  
 LINGUA ITALIANA [url](#)  
 LINGUISTICA GENERALE [url](#)  
 PEDAGOGIA SPERIMENTALE [url](#)  
 PSICOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI [url](#)  
 SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI [url](#)  
 SEMIOTICA DEI MEDIA [url](#)  
 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI [url](#)  
 SOCIOLOGIA GENERALE [url](#)  
 STATISTICA NEI PROCESSI DI COMUNICAZIONE [url](#)  
 STORIA CONTEMPORANEA [url](#)  
 STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE [url](#)  
 STORIA SOCIALE [url](#)

QUADRO A4.c



**Autonomia di giudizio**  
**Abilità comunicative**  
**Capacità di apprendimento**

**AUTONOMIA DI GIUDIZIO:**

Il corso di studio mira a sviluppare la capacità di acquisire, comprendere, interpretare ed elaborare in maniera autonoma i dati rilevabili dall'evoluzione del sistema pubblicitario, editoriale, giornalistico e artistico, ovvero articolare giudizi atti a proporre utili riflessioni su temi di comunicazione sociale, istituzionale, culturale e scientifico-tecnologica, cui adeguare i limiti etico-comportamentali relativi alla circolazione delle informazioni nella società della globalizzazione.

A tal fine, il Corso si propone di verificare che il laureato

**Autonomia di giudizio**

- sia in grado di valutare l'efficacia dei testi di comunicazione (verbali, audio-visivi, grafici e multimediali), avendo appreso le varie metodologie di analisi dei testi, le tecniche di raccolta d'informazioni e conseguente riscontro della ricezione degli stessi ;
  - sia in grado di raccogliere e interpretare i dati rilevabili dall'evoluzione del sistema pubblicitario, editoriale, giornalistico e artistico e proporre utili riflessioni su temi e metodi di comunicazione sociale, istituzionale, editoriale e scientifico-tecnologica;
  - sia in grado di valutare le opportunità e gli ostacoli alla comunicazione in un determinato contesto organizzativo , ovvero sia in grado di valutare sia le potenzialità che le criticità nella gestione dei flussi informativi interni ed esterni ad una data organizzazione.
- La verifica circa il raggiungimento di autonomia di giudizio viene condotta sia negli esami di profitto dei singoli insegnamenti sia nella prova finale di laurea.

<p><b>Abilità comunicative</b></p>	<p><b>ABILITÀ COMUNICATIVE:</b></p> <p>Il corso di studio mira a sviluppare attitudini e capacità per la comunicazione di informazioni e idee relative alla soluzione di problemi da proporre agli addetti e ai non addetti ai lavori nelle varie situazioni di contatto, per lo sviluppo di possibilità operative individuali e di gruppo, per la definizione di strategie di intervento finalizzate ad una comunicazione efficace e convincente mediante l'uso appropriato e creativo dei diversi linguaggi culturali, sociali e massmediali.</p> <p>A tal fine, il Corso si propone di verificare che il laureato sia in grado di comunicare in forma scritta e orale, in lingua italiana e anche in inglese, utilizzando diversi registri in ragione dell'interlocutore, del contesto e degli obiettivi prefissi, e di saper organizzare e gestire i flussi informativi interni ed esterni ad una data organizzazione.</p> <p>Le abilità comunicative, oltre ad essere accertate attraverso le prove orali previste negli esami di profitto dei singoli insegnamenti, sono verificate al momento dell'esame di laurea finale, che prevede la discussione innanzi ad una apposita commissione di un elaborato prodotto dallo studente. In questo caso vengono valutati sia i contenuti dell'elaborato stesso sia le capacità di sintesi, comunicazione ed esposizione del candidato.</p>
<p><b>Capacità di apprendimento</b></p>	<p><b>CAPACITÀ DI APPRENDIMENTO:</b></p> <p>La capacità di apprendimento viene intesa sia come comprensione e sviluppo delle conoscenze impartite nei vari corsi sia come attività autonoma di approfondimento ed acquisizione di ulteriori nozioni e conoscenze teoriche e pratiche.</p> <p>Pertanto il Corso di studio in Scienze della comunicazione ritiene che il laureato vada formato a sviluppare quelle capacità di apprendimento che lo mettano in grado di proseguire gli studi avendo acquisito autonomia. In particolare il laureato deve essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizzare strumenti di ricerca tradizionali o digitali (biblioteche, archivi, internet) per individuare e selezionare in autonomia materiale di studio adeguato a specifici obiettivi di approfondimento e di aggiornamento, con particolare attenzione ai cambiamenti, i mutamenti, e le evoluzioni nel settore della comunicazione e dei media;</li> <li>- utilizzare i metodi e le tecniche di base della comunicazione e dell'informazione apprese, al fine di interpretare, esprimere e pianificare i rapporti organizzativi del lavoro professionale, anche in team interdisciplinari, nonché ad affrontare con autonoma consapevolezza il proseguimento di studi specialistici nei campi della comunicazione relativa ad attività redazionali, editoriali e culturali delle aziende pubbliche e private.</li> </ul> <p>L'apprendimento di tali strumenti e metodologie viene verificato lungo tutto il percorso di studi attraverso gli esami di profitto e le attività di laboratorio, che prevedono un prodotto finale. A questo si aggiunge, come ulteriore verifica, l'esame finale di laurea, che prevede non solo la stesura di una tesi, ma la discussione di fronte ad una commissione.</p>

contenuto della tesi deve essere tale da dimostrare anzitutto che il laureato ha acquisito una solida conoscenza della letteratura (nazionale e/o internazionale) sul tema trattato; inoltre, nello sviluppo dell'argomento assegnato il laureando deve adottare modalità e approcci di analisi adeguati al tema stesso e volti a metterne in luce gli aspetti più significativi; infine, il laureando deve dar prova di saper trarre criticamente dalle evidenze esposte una conclusione ben argomentata che trasmetta l'intento in sintesi della tesi stessa. A tal fine, l'elaborato può essere diretto alla sistematizzazione di una tematica particolarmente complessa, come anche all'implementazione di una specifica metodologia applicativa o, infine, all'analisi empirica fondata sull'analisi di casi di studio.

QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

02/05/2016

Per accedere alla prova finale lo studente deve avere acquisito, sostenendo le relative prove, il quantitativo di crediti universitari previsto dal relativo Regolamento didattico del corso di studio. La tesi è discussa pubblicamente dal laureando in presenza di una commissione di laurea composta da almeno 7 docenti. La discussione può avvenire anche in lingua inglese.

La Commissione giudicatrice ha competenza esclusiva nella determinazione del punteggio di tesi, e dunque, del voto complessivo di laurea, oltre che nel conferimento del titolo di studio. Le Commissioni giudicatrici per la prova finale esprimono la loro votazione in centodecimi e possono, all'unanimità, concedere al candidato il massimo dei voti con lode. La lode può essere conferita a partire da una votazione minima di 107/110. Il voto minimo per il superamento della prova è sessantasei.

La valutazione della tesi di laurea tiene conto sia dei contenuti di merito, della chiarezza e correttezza del linguaggio, della sequenzialità espositiva, dell'adeguatezza delle fonti bibliografiche fornite, della significatività dei risultati conseguiti anche tramite evidenze empiriche, nonché della discussione stessa, di cui si apprezza soprattutto la sicurezza e la chiarezza della presentazione del lavoro nonché la capacità di sintesi ed argomentativa.

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento didattico Scienze della Comunicazione 2018/2019

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

[http://easyacademy.ict.uniba.it/EasyCourse/Orario/Scienze\\_della\\_formazione-\\_psicologia-\\_comunicazione/2017-2018/](http://easyacademy.ict.uniba.it/EasyCourse/Orario/Scienze_della_formazione-_psicologia-_comunicazione/2017-2018/)

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

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/formazione-psicologia-comunicazione/calendario-esami-2017-18>

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

<http://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/formazione-psicologia-comunicazione/sedute-di-laurea-2017-18>

**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.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI ABILITA' INFORMATICHE E INTERNET <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		3	20	

2.	L-LIN/04	Anno di corso 1	LINGUA FRANCESE <a href="#">link</a>	DE LUCA YLENIA	PA	6	40
3.	L-FIL-LET/12	Anno di corso 1	LINGUA ITALIANA <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		6	40
4.	L-LIN/01	Anno di corso 1	LINGUISTICA GENERALE <a href="#">link</a>	SAVINO MICHELINA	PA	9	60
5.	M-PSI/05	Anno di corso 1	PSICOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI <a href="#">link</a>	MININNI GIUSEPPE	PO	9	6
6.	SPS/07	Anno di corso 1	SOCIOLOGIA GENERALE <a href="#">link</a>	SALVATI ARMIDA	RU	9	60
7.	SECS-S/01	Anno di corso 1	STATISTICA NEI PROCESSI DI COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	MANCA FABIO	RU	9	60
8.	M-STO/04	Anno di corso 1	STORIA CONTEMPORANEA <a href="#">link</a>	POLI GIUSEPPE AGOSTINO	PO	9	60
9.	L-LIN/11	Anno di corso 2	CULTURE LETTERARIE E VISUALI ANGLO-AMERICANE <a href="#">link</a>	CARBONARA LORENA	RD	9	60
10.	IUS/01	Anno di corso 2	DIRITTO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		6	40
11.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO COMPOSIZIONE E ANALISI DEI TESTI <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		3	20
12.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO DI GIORNALISMO <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		3	20
13.	NN	Anno di corso 2	LABORATORIO DI TECNICHE DEL MARKETING <a href="#">link</a>	DOCENTE FITTIZIO		3	20
14.	L-LIN/03	Anno di corso 2	LETTERATURA FRANCESE <a href="#">link</a>	DE LUCA YLENIA	PA	9	60
15.	L-FIL-LET/10	Anno di corso 2	LETTERATURA TEATRALE ITALIANA <a href="#">link</a>	CASTELLANETA STELLA MARIA	PA	9	60
16.	L-LIN/10	Anno di corso 2	LETTERATURE E CULTURE DI LINGUA INGLESE <a href="#">link</a>	CAZZATO LUIGI CARMINE	PA	9	60
17.	L-LIN/12	Anno di corso 2	LINGUA INGLESE <a href="#">link</a>	TARONNA ANNARITA	RU	9	60
18.	SPS/08	Anno di corso 2	SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI <a href="#">link</a>	MORCIANO DANIELE	RD	6	40
19.	SPS/02	Anno di corso 2	STORIA DELLE DOTTRINE POLITICHE <a href="#">link</a>	GALLOTTA GIULIA MARIA	RU	9	60
20.	M-FIL/03	Anno di corso 3	ETICA DELLA COMUNICAZIONE <a href="#">link</a>	SAPONARO MARIA BENEDETTA	RU	6	40
21.	NN	Anno di	LABORATORIO DI COMUNICAZIONE POLITICA	DOCENTE FITTIZIO		3	20

		corso 3	<a href="#">link</a>				
22.	M-PED/04	Anno di corso 3	PEDAGOGIA SPERIMENTALE <a href="#">link</a>	BALDASSARRE MICHELE	PA	9	60
23.	L-ART/06	Anno di corso 3	SEMIOLOGIA DEL CINEMA E DEGLI AUDIOVISIVI <a href="#">link</a>	ATTIMONELLI PETRAGLIONE CLAUDIA	RD	6	40
24.	M-FIL/05	Anno di corso 3	SEMIOTICA DEI MEDIA <a href="#">link</a>	SILVESTRI FILIPPO	PA	9	60
25.	M-STO/02	Anno di corso 3	STORIA SOCIALE <a href="#">link</a>	CARBONE ANGELA	PA	9	60

QUADRO B4

Aule

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratori

QUADRO B4

Sale Studio

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sale Studio

QUADRO B4

Biblioteche

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

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteche

22/05/2018

Il Corso di Studio in relazione all'orientamento in ingresso collabora con la commissione STO (orientamento, tutorato e placement), 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 ai corsi di laurea afferenti al dipartimento (ad es. la settimana dell'orientamento e l'open day) e cicli di seminari tematici finalizzati a facilitare la comprensione dei contenuti disciplinari dei corsi caratterizzanti l'offerta formativa del dipartimento (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. Anche quest'anno il dipartimento ha aderito 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 pedagogiche, psicologiche e comunicative, che caratterizzano lo zoccolo duro delle professioni in uscita dai corsi triennali e magistrali del dipartimento.

07/04/2018

Il Corso di Studio, 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 Piccarreta, 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. 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, coordinato dalla prof.ssa Ligorio, 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, coordinato dalla prof.ssa Coppola, 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.

## QUADRO B5

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

Per ciò che concerne le attività di Tirocinio, il Corso si è dotato di un Regolamento proprio di Tirocinio curricolare e post Laurea <sup>13/04/2018</sup> ed ha dedicato maggiore attenzione alla formazione dei tirocinanti nella consapevolezza del Tirocinio come luogo cardine della formazione iniziale alla professionalità. Sono state curate e standardizzate le procedure burocratiche da far seguire a ogni Tirocinante e promossa l'acquisizione di una maggiore consapevolezza delle fasi di progettazione del percorso con l'Ente di riferimento, di realizzazione e verifica finale attraverso un'attenzione specifica alla strutturazione della relazione finale e annuale. E' stata riaggiornata la ricognizione degli Enti accreditati e ne sono stati individuati di nuovi, al fine di creare per i tirocinanti delle esperienze maggiormente conformi agli obiettivi formativi e professionali dei Corso di Studi. Al tal fine è stato somministrato un questionario di valutazione, compilato a cura degli studenti, dell'esperienza di tirocinio e dell'Ente erogatore. Il Coordinamento dell'attività di Tirocinio è affidato alla segreteria didattica del dipartimento (Giustina Caprioli, Federica Piccareta, Francesca Polisenò, Piero Lacalaprice) in sinergia con i coordinatori dei corsi di studio e il gruppo di lavoro dipartimentale con i relativi docenti referenti Loredana Perla e Gabriella de Mita.

Nello specifico, il tirocinio per Scienze della Comunicazione è finalizzato ad attivare esperienze nei settori della comunicazione pubblica (costruzione dell'informazione corretta, del messaggio pubblicitario, commerciale e sociale, della comunicazione politica tramite attività di tirocinio aziendale e di marketing entro Istituzioni Pubbliche ed Aziende private; in ambito museale, dello spettacolo e della valorizzazione territoriale; nell'ambito della comunicazione multimediale). Il referente del Tirocinio per il Corso di Studio è la prof.ssa Annarita Taronna.

Pdf inserito: [visualizza](#)

## QUADRO B5

### Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

*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.*

Pdf inserito: [visualizza](#)

A livello di Ateneo è assicurato un servizio di assistenza alla mobilità internazionale. Responsabile Erasmus + per il Dipartimento è il prof. Alessandro Taurino. In passato ha operato in stretta collaborazione con il Delegato Erasmus il gruppo di lavoro per l'internazionalizzazione coordinato dal prof. Luigi Cazzato e dalla prof.ssa Rosita Maglie. Ora tale serrata collaborazione continua attraverso la Delegata dipartimentale per l'internazionalizzazione, la prof.ssa Rosita Maglie. Anche la segreteria didattica, nella persona di Massimiliano Boccone, offre un'assistenza mirata ai Delegati nell'espletamento delle pratiche amministrative e agli studenti interessati alla mobilità.

Per ogni sede estera con la quale sussiste un accordo di interscambio è individuato un docente del dipartimento come responsabile di flusso. All'interno del Dipartimento sono inoltre individuati dei referenti di area (area Formazione: prof. Michele Baldassarre, area Psicologia: prof. Alessandro Taurino, area Comunicazione: prof. Luigi Cazzato) che supervisionano l'operato dei referenti responsabili dei singoli accordi per garantire un modello operativo comune nelle tre aree scientifiche di pertinenza.

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Austria	Paedagogische Hochschule Vorarlberg		12/07/2013	solo italiano
2	Austria	University College of Teacher Education Carinthia		24/04/2014	solo italiano
3	Belgio	Universite de Liege		19/03/2014	solo italiano
4	Belgio	Université de Liège		19/03/2014	solo italiano
5	Belgio	Université de Mons (Umons)		24/04/2014	solo italiano
6	Finlandia	Jyvaskylan Yliopisto		21/07/2014	solo italiano
7	Finlandia	University of Helsinki		24/01/2014	solo italiano
8	Francia	UNIVERSITE DE LORRAINE		16/05/2017	solo italiano
9	Francia	UNIVERSITE DE LORRAINE		13/12/2016	solo italiano
10	Francia	UNIVERSITE PAUL VALERY (MONTPELLIER III)		17/11/2015	solo italiano
11	Francia	Universite Charles de Gaulle Lille 3		27/03/2014	solo italiano
12	Francia	Universite Toulouse Jean Jaures		05/02/2016	solo italiano
13	Francia	Universite de Paris-Sorbonne (Paris IV)		23/10/2017	solo italiano

14	Francia	Universite de Paris-Sorbonne (Paris IV)	23/10/2017	solo italiano
15	Francia	Universite de Strasbourg	31/01/2017	solo italiano
16	Francia	Université Paris Sorbonne (Paris 4)	24/04/2014	solo italiano
17	Francia	Université de Poitiers	20/04/2014	solo italiano
18	Francia	Université de Rouen	17/03/2014	solo italiano
19	Germania	Evangelische Hochschule Ludwigsburg	02/12/2014	solo italiano
20	Germania	Universität Osnabruck	10/04/2015	solo italiano
21	Germania	Universität Osnabruck	21/01/2014	solo italiano
22	Germania	Universität Osnabruck	21/01/2014	solo italiano
23	Germania	Universität Zu Koln	29/04/2014	solo italiano
24	Grecia	Aristoteleio Panepistimio Thessalonikis	27/03/2014	solo italiano
25	Grecia	Panepistimio Patron	27/03/2014	solo italiano
26	Grecia	University of the Aegean	24/04/2014	solo italiano
27	Lettonia	Latvijas Kulturas Akademia	20/02/2014	solo italiano
28	Lettonia	Rezekne Higher Education Institution	24/09/2015	solo italiano
29	Macedonia	S. S. Cyril and Methodius University	24/04/2014	solo italiano
30	Malta	University of Malta	27/02/2014	solo italiano
31	Polonia	Adam Mickiewicz University in Poznan	27/04/2017	solo italiano
32	Polonia	Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna W Lodzi	02/12/2014	solo italiano
33	Polonia	Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy in Józefów	27/03/2014	solo italiano
34	Polonia	Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw	24/04/2014	solo italiano

35	Polonia	Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw		24/04/2014	solo italiano
36	Polonia	KATOLICKI UNIWERSYTET LUBELSKI J.PAWLA II		17/01/2014	solo italiano
37	Polonia	Lazarski University School of Commerce and Law		09/03/2015	solo italiano
38	Polonia	Szkola Wyższapsychologii Społecznej		24/04/2014	solo italiano
39	Polonia	University of Lodz		09/04/2014	solo italiano
40	Polonia	Uniwersytet w Białymstoku		24/04/2014	solo italiano
41	Polonia	Uniwersytet Szczeciński	48921-EPP-1-2014-1-PL-EPPKA3-ECHE	09/04/2014	solo italiano
42	Polonia	Wyższa Szkoła Bankowa We Wrocławiu	224215-EPP-1-2014-1-PL-EPPKA3-ECHE	09/04/2014	solo italiano
43	Polonia	Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej W Jozefowie		29/04/2014	solo italiano
44	Polonia	Wyższa Szkoła Nauk Społecznych Im. Ks. Josefa Majki W Minsku Mazowieckim		27/03/2014	solo italiano
45	Portogallo	INSTITUTO POLITÉCNICO		17/03/2014	solo italiano
46	Portogallo	Instituto Politecnico De Leiria	52823-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	24/04/2014	solo italiano
47	Portogallo	Instituto Politecnico de Braganca		17/03/2014	solo italiano
48	Portogallo	Instituto Politécnico do Porto		11/03/2014	solo italiano
49	Portogallo	Instituto Politécnico De Portalegre	29198-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	21/03/2014	solo italiano
50	Portogallo	Instituto Superior de Psicologia Aplicada		24/04/2014	solo italiano
51	Portogallo	Universidade Do Porto	29233-EPP-1-2014-1-PT-EPPKA3-ECHE	24/04/2014	solo italiano
52	Portogallo	Universidade Catolica Portuguesa		24/04/2017	solo italiano
53	Regno Unito	University of Sunderland		15/07/2016	solo italiano
54	Romania	Școala Națională de Studii Politice și Administrative (SNSPA)		24/04/2014	solo italiano
		Academia Fortelor Aeriene Herri			solo

55	Romania	Coanda		09/04/2014	italiano
56	Romania	Universitatea Ovidius din Constanța		03/11/2015	solo italiano
57	Romania	Universitatea din București		27/03/2014	solo italiano
58	Spagna	ESADE - Universitat Ramon Llull		17/03/2014	solo italiano
59	Spagna	Universidad De Alicante	28588-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/11/2015	solo italiano
60	Spagna	Universidad De Granada	28575-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	05/04/2016	solo italiano
61	Spagna	Universidad De Las Palmas De Gran Canaria	29547-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	27/03/2014	solo italiano
62	Spagna	Universidad De Murcia	29491-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	01/02/2016	solo italiano
63	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	15/05/2015	solo italiano
64	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	10/04/2015	solo italiano
65	Spagna	Universidad De Oviedo	29551-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/09/2014	solo italiano
66	Spagna	Universidad De Salamanca	29573-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	27/03/2014	solo italiano
67	Spagna	Universidad De Valladolid	29619-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	27/03/2014	solo italiano
68	Spagna	Universidad Nacional De Educacion A Distancia	28680-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	24/02/2014	solo italiano
69	Spagna	Universidad de Castilla-La Mancha Ciudad real		23/06/2016	solo italiano
70	Spagna	Universidad de León		24/04/2014	solo italiano
71	Spagna	Universidad de Sevilla		09/01/2018	solo italiano
72	Spagna	Universidad de Sevilla		09/01/2018	solo italiano
73	Spagna	Universidade Da Coruna	28678-EPP-1-2014-1-ES-EPPKA3-ECHE	09/04/2014	solo italiano
74	Spagna	Universitat Catolica de Valencia		09/04/2014	solo italiano
75	Spagna	Universitat de Barcelona		05/09/2014	solo italiano
					solo

76	Spagna	Universitat de Barcelona	09/04/2014	italiano
77	Spagna	Universitat de Valencia	12/03/2014	solo italiano
78	Spagna	Universitat de Valencia	10/04/2015	solo italiano
79	Spagna	Universitat de Valencia	27/09/2014	solo italiano
80	Spagna	Universitat de Valencia	03/11/2015	solo italiano
81	Spagna	Universitat de Valencia	27/09/2015	solo italiano

## QUADRO B5

### Accompagnamento al lavoro

Nell'ambito del Corso di Studio 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).

09/05/2017

## QUADRO B5

### Eventuali altre iniziative

Il Corso di Studio predispone una serie di seminari, convegni, conferenze, workshop tenuti da professionisti dei vari ambiti della comunicazione, da esponenti di accademie e di enti dello spettacolo e dell'informazione. Queste iniziative di confronto scientifico, rispetto al percorso formativo e alla specializzazione professionale, hanno il fine di garantire un miglioramento della didattica con approfondimenti tematici rivolti a favorire l'ingresso nel mondo del lavoro.

16/06/2017

**QUADRO B6****Opinioni studenti***20/09/2017*

Nel link indicato è possibile visionare i dati della Valutazione della Didattica del Corso di Studio.

Nel pdf allegato è possibile ottenere una descrizione dell'andamento delle opinioni degli studenti.

Link inserito:

[http://reportanvur.ict.uniba.it:443/birt/run?\\_\\_report=Anvur\\_2015\\_CorsoBackup.rptdesign&\\_\\_format=html&RP\\_Fac\\_id=1021&RP\\_Cds\\_i](http://reportanvur.ict.uniba.it:443/birt/run?__report=Anvur_2015_CorsoBackup.rptdesign&__format=html&RP_Fac_id=1021&RP_Cds_i)

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinioni studenti

**QUADRO B7****Opinioni dei laureati***20/09/2017*

Nel pdf allegato è possibile ottenere una descrizione dell'andamento delle opinioni dei laureati (fonte dati AlmaLaurea).

Nel link inserito è possibile prendere visione del Profilo dei Laureati

Descrizione link: Opinioni dei laureati

Link inserito:

<http://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2016&corstipo=L&ateneo=70002&facolta=1008&gruppo>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Opinione dei laureati



## QUADRO C1

### Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Nel link inserito è possibile visionare i dati di ingresso, di percorso e di uscita degli studenti del Corso di Studio in Scienze della Comunicazione. 28/09/2017

Link inserito: <http://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita/ava/sua-cds-2017/dati>

## QUADRO C2

### Efficacia Esterna

Nel pdf allegato è possibile ottenere una descrizione della condizione occupazionale (fonte dati AlmaLaurea). 20/09/2017

Link inserito:

<https://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/framescheda.php?anno=2016&corstipo=L&ateneo=70002&facolta=1008&grup>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Efficacia esterna

## QUADRO C3

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

Il Corso di Studio ha organizzato un incontro con gli Enti convenzionati per il tirocinio per raccogliere opinioni, suggerimenti e monitorare le attività di tirocinio. 21/09/2017

Diversi rappresentanti degli enti convenzionati sono intervenuti, dall'incontro sono emersi diversi spunti di riflessioni per migliorare le attività di tirocinio, in particolare occorre potenziare il collegamento tra gli enti e aziende e l'Università, inoltre, i rappresentanti degli enti auspicano che gli studenti siano maggiormente formati, soprattutto chiedono di migliorare la conoscenza delle caratteristiche peculiari della professione e maggiori conoscenze pratiche. Si è anche sottolineata la necessità che gli studenti effettuino la scelta dell'ente sulla base degli interessi, al fine di poter personalizzare meglio le attività che saranno svolte durante il tirocinio. Inoltre, si è convenuto che si potrebbe richiedere un'attività di stesura di un portfolio con i lavori realizzati e di un report sulle attività svolte giornalmente durante il periodo di tirocinio.

Il Corso di Studio prevede di potenziare i rapporti con enti, imprese, aziende, istituzioni, parti sociali, agenzie per sviluppare un raccordo tra i profili professionali che si offrono e il job placement e per continuare e costruire insieme figure professionali in linea con lo sviluppo del territorio, nonché per creare maggiori opportunità di formazione e lavoro per gli iscritti e per i laureati del Corso.

Per facilitare l'occupabilità dei propri laureati e creare opportunità di incontro fra gli studenti, i laureandi, i laureati e il mondo del lavoro, il Corso di Studio, inoltre, avvierà nuovi contatti con le realtà del territorio: aziende, enti locali, organizzazioni di categoria e professionisti.