



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Comunicazione, tecnologie e culture digitali (2024)

Il corso

Codice corso: 32389

Classe di laurea: L-20

Durata: 3 anni

Lingua: ITA

Modalità di erogazione:

Dipartimento: COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE

Presentazione

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione, tecnologie e culture digitali forma laureati in possesso di un'adeguata padronanza dei paradigmi disciplinari delle scienze umane e sociali, in grado di operare nell'area delle tecnologie digitali, dei sistemi di informazione e dei diversi settori dell'industria culturale, con riferimento ai media mainstream e digitali (stampa, editoria, cinema, radio, televisione, piattaforme web, blog, social). I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali, in particolare, devono dimostrare di possedere: - conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali sia di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità e alla cross-medialità; - consapevolezza delle possibili declinazioni dei processi comunicativi in ambito psicologico, semiotico-linguistico, antropologico, storico; - una adeguata comprensione delle componenti economiche e giuridiche delle forme di comunicazione applicate al settore dei media tradizionali e digitali, con specifica attenzione ai diritti degli utenti online; - competenze di base per analizzare i sistemi della comunicazione e per applicare le principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati; - abilità indispensabili per la scrittura e lo svolgimento di attività redazionali, per la produzione di testi per le industrie culturali e per la gestione e redazione di contenuti per i media digitali; abilità acquisite anche in specifici ambiti laboratoriali; - conoscenza di due lingue straniere per operare in contesti internazionali con proprietà di linguaggio e padronanza di scrittura della lingua italiana, acquisite anche in specifici ambiti laboratoriali. I laureati in Comunicazione, tecnologie e culture digitali potranno svolgere compiti professionali: a. nei diversi ambiti delle industrie culturali, con riferimento ai media mainstream e digitali (stampa, editoria, cinema, radio, televisione, piattaforme digitali, social media); b. nel settore dei beni e consumi culturali (eventi, spettacoli, musica, moda, turismo). In particolare, potranno essere impegnati nelle organizzazioni pubbliche e private, nazionali e internazionali; nell'area degli uffici stampa e del lavoro redazionale, della comunicazione pubblicitaria; della progettazione di contenuti audiovisivi e multimediali a valenza informativa, educativa e di intrattenimento.

Percorso formativo

Curriculum unico

1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
1034753 DIRITTO PUBBLICO, DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE	1°	9	ITA

Obiettivi formativi

1) Il corso mira a fornire agli studenti gli elementi utili a comprendere l'organizzazione e il funzionamento dello stato italiano, i suoi rapporti con la comunità internazionale e con l'Unione europea in particolare, il sistema dei diritti e delle libertà di cui godono i cittadini, la regolamentazione del settore dell'informazione sia per quanto concerne l'attività giornalistica sia in riferimento al sistema radiotelevisivo e alle tecnologie della comunicazione. Tali conoscenze sono indispensabili per la formazione di futuri professionisti della comunicazione.

2) Coloro che avranno frequentato il corso e avranno superato il relativo esame saranno in grado di comprendere pienamente l'organizzazione e il funzionamento dello Stato italiano e i suoi rapporti con l'ordinamento internazionale e dell'Unione europea, nonché le regole alla base del sistema dei media. Queste competenze saranno loro utili nella loro futura vita professionale.

3) Verrà incoraggiata la discussione in aula degli argomenti di volta in volta presentati, così che gli studenti abbiano l'opportunità di affinare le proprie capacità critiche e di giudizio.

4) L'esame finale, che si svolge oralmente, costituisce l'occasione in cui gli studenti potranno testare la propria capacità di comunicare quanto appreso.

5) Durante il corso verranno fornite agli studenti indicazioni bibliografiche e relative a risorse online, in modo da consentire loro di approfondire in modo autonomo gli argomenti trattati.

1018911 PSICOLOGIA SOCIALE DELLA COMUNICAZIONE	1°	9	ITA
--	----	---	-----

Obiettivi formativi

Obiettivi generali.

Il primo obiettivo generale del corso è quello di introdurre gli studenti ai principali temi di studio della psicologia sociale, evidenziando la natura empirica della disciplina. Per raggiungere questo obiettivo, oltre alle lezioni frontali verranno svolte alcune esercitazioni basate sull'analisi critica di alcune ricerche, discutendone le scelte metodologiche e l'applicazione nei vari contesti. Il secondo obiettivo generale è quello di proporre un approfondimento specifico sul contributo della psicologia sociale allo studio della comunicazione. Anche in questo caso verranno considerati in profondità i problemi di metodo nella costruzione delle ricerche e nell'interpretazione dei loro risultati. Il terzo obiettivo generale è la riflessione su come lo studio della comunicazione, effettuato a partire dai contributi della psicologia sociale su questi temi, si modifichi nell'attuale contesto della vita quotidiana, sempre più caratterizzato in senso interculturale.

Al completamento del corso ci si aspetta che gli studenti possano aver compreso l'originalità della disciplina psicologica, che affronta con gli strumenti e le metodologie di una scienza empirica interrogativi di autoriflessione che fanno parte del pensiero quotidiano. Anche con l'approfondimento di ricerche fondamentali della disciplina, ci si aspetta che gli studenti possano differenziare tra la formulazione di una domanda di ricerca, circoscritta e verificabile, e le teorie di senso comune sul funzionamento della mente propria e altrui. Ci si aspetta inoltre che gli studenti padroneggino una descrizione delle principali aree di studio della disciplina, con particolare attenzione per le ricerche focalizzate sul tema della comunicazione umana, sia faccia a faccia sia mediata.

Obiettivi specifici.

1. Capacità di applicare conoscenza e comprensione.

Al termine del corso ci si aspetta che gli studenti possano avere competenze adeguate per comprendere la complessità delle ricerche psicologiche, in particolar modo di quelle realizzate nell'ambito della psicologia sociale e della psicologia della comunicazione. Ci si aspetta inoltre che gli studenti possano applicare queste competenze all'analisi di tutte quelle situazioni in cui è la fiducia e la speranza in sé stessi e nelle proprie relazioni sociali, che la psicologia considera come base indispensabile per la salvaguardia del benessere mentale e delle relazioni sociali, sono minacciate da processi psico-sociali e comunicativi distorti (quali carenza di cure e isolamento sociale; violenza strutturale, simbolica, culturale, o diretta; comunicazioni manipolatorie o mendaci).

2. Autonomia di giudizio.

Gli studenti avranno occasioni di discutere tra loro e con la docente su alcune ricerche che si sono rivelate fondamentali per lo sviluppo della disciplina, esaminandone criticamente la metodologia, l'interpretazione dei risultati e le conseguenze applicative. In particolar modo, gli studenti saranno incoraggiati a sviluppare una propria capacità di giudizio autonomo di fronte ai risvolti etici delle ricerche psicologiche, e alla visione di uomo e di società che esse implicano.

3. Abilità comunicative.

Nel corso dell'intero periodo didattico, gli studenti saranno coinvolti nell'organizzazione e nello svolgimento di attività di dibattito su temi da loro stessi scelti all'interno dell'offerta formativa. Inoltre, dopo aver approfondito in aula alcuni temi relativi a domini di ricerca specifici, saranno invitati studiosi esperti di tale aree di ricerca, che risponderanno alle domande degli studenti.

4. Capacità di apprendimento.

Una prima fase del corso sarà basata prevalentemente su lezioni tradizionali, e sarà seguita da una prova di valutazione intermedia che renda chiara l'acquisizione di un insieme di concetti di base. A partire da queste acquisizioni, gli studenti saranno incoraggiati allo svolgimento di attività di studio autonomamente scelte, all'interno di un insieme di suggerimenti predisposti dalla docente. Queste attività saranno svolte da piccoli gruppi di lavoro che in seguito riporteranno le conclusioni del loro studio alla discussione dell'intera classe, servendosi di modalità comunicative scelte dagli studenti stessi (presentazioni di power point, commento di brevi filmati, analisi di ricerche scelte, ecc.)

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso intende fornire le basi della sociologia attraverso una preparazione teorico-concettuale relativa alla disciplina sociologica sviluppata in senso storico (origini storiche e sociali della nascita della sociologia), autorale (autori classici e correnti di studio), concettuale (concetti guida della disciplina), metodologico (linee generali e applicazioni in ricerche già realizzate). Attraverso lezioni frontali, seminari di approfondimento con esperti e testimoni privilegiati ed esercitazioni/simulazioni, il corso intende fornire conoscenze e competenze relative rispettivamente alle teorie e alle tecniche di osservazione ed analisi dei fenomeni sociali, con particolare attenzione per quelli dell'attuale società, al fine di saper leggere e interpretare le dinamiche sociali a partire dai loro fondamenti: attori e fatti sociali, persistenze e cambiamento sociale, riferimento ai paradigmi tradizionali e a quelli emergenti.

Obiettivi specifici

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito:

(Descrittore di Dublino 1) conoscenze relative a: principali teorie sociologiche (tradizionali ed emergenti); analisi dei principali fenomeni sociali (origini, evoluzione, fattori di persistenza e di mutamento); tematiche di approfondimento nell'analisi della società contemporanea (fra i quali globalizzazione, diseguaglianze sociali, individualizzazione, comunicazione tecnologico-digitale, migrazioni);

(Descrittore di Dublino 2) competenze necessarie per analizzare le principali caratteristiche di teorie e processi sociali disponendo di modelli di analisi applicabili a spazi e tempi diversificati in termini culturali, politici, economici. Lo sviluppo di abilità specifiche nell'applicazione dei modelli teorici agli strumenti di osservazione e interpretazione sarà verificata con approfondimenti in mirati casi di studio: fra questi, la diversità culturale nei processi migratori e di integrazione e l'assunzione del paradigma della sostenibilità sociale ed economica.

Al termine del corso, pertanto, lo studente avrà acquisito:

(Descrittore di Dublino 3) capacità critiche e di giudizio rispetto ai processi di mutamento sociale, ai suoi attori sociali e ai fattori di lettura delle trasformazioni lette in senso storico e comparato, attraverso le analisi di casi di studio, simulazioni e le tecniche delle lezioni capovolte e dell'apprendimento autodiretto;

(Descrittore di Dublino 4) capacità di una corretta espressione argomentativa delle conoscenze attraverso la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione assumendo un ruolo autodiretto, la presentazione delle attività svolte per la realizzazione dei case studies e la prova orale finale;

(Descrittore di Dublino 5) capacità di approfondire lo studio e la conoscenza degli scenari evolutivi dei processi sociali in modo autonomo, avendo acquisito le conoscenze relative ai modelli teorici e alla loro evoluzione, ma anche alla raccolta, selezione e sistematizzazione delle fonti di analisi e interpretazione ai fini di un uso atto a finalità professionali oltre che formative.

1010555 | SOCIOLOGIA
DELLA
COMUNICAZIONE

1°

9

ITA

Obiettivi formativi

Il Corso è rivolto agli studenti del primo anno del Corso di Laurea in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali e agli iscritti negli anni precedenti.

Il Corso intende sviluppare una riflessione sul ruolo e sulla pervasività della comunicazione nella società contemporanea, da un lato attraverso lo studio della comunicazione come oggetto scientifico, dall'altro attraverso la disamina del contributo che le scienze sociali hanno dato alla fondazione delle scienze della comunicazione.

Ampio spazio è dedicato al nesso che lega la nascita e lo sviluppo dei mezzi di comunicazione alle principali trasformazioni culturali e istituzionali del mondo moderno, e alla riflessione sul ruolo della comunicazione nel rappresentare e anticipare i mutamenti dello scenario postmoderno

1052002 | STORIA
POLITICA SOCIALE E
CULTURALE DELL'ETA'
CONTEMPORANEA

2°

9

ITA

Obiettivi formativi

Il corso si propone di offrire agli studenti gli strumenti concettuali e metodologici essenziali per una conoscenza critica del passato e dei suoi complessi e mutevoli rapporti con il tempo presente.

Obiettivo generale del corso è trasferire allo studente la capacità di problematizzare e contestualizzare, in un quadro di lungo periodo, l'analisi dei processi politico-istituzionali, sociali e culturali dell'età contemporanea, stimolando un confronto costante e serrato tra il metodo storico e le discipline che concorrono ad ampliarne l'angolo visuale e ad arricchirne la strumentazione analitico-concettuale: principalmente le scienze dei processi sociali e culturali, le scienze politiche e giuridico-istituzionali, la psicologia sociale, la filosofia politica, l'antropologia, le scienze del linguaggio.

Obiettivo più specifico del corso è fornire agli studenti, nel quadro delle conoscenze più generali e della visione pluridisciplinare sopra descritta, un'adeguata conoscenza di base della storia dei sistemi d'informazione e dell'industria culturale nell'età del 'pubblico' e delle 'reti globali', con particolare attenzione alla dimensione politica, sociale e culturale del rapporto tra comunicazione e potere.

Al termine del processo di apprendimento lo studente dovrà dimostrare di possedere conoscenze e capacità di comprensione della storia come studio del mutamento a lungo termine, al fine di sviluppare adeguate e perspicaci capacità d'analisi dei contesti sociali, politici e culturali, di sensibilizzare il proprio sguardo alla diversità dei punti di vista sulla realtà sociale, di maturare un approccio articolato e problematico alla società sempre più globale e interconnessa del nostro tempo.

Lo studente dovrà quindi dimostrare di saper affrontare tematiche complesse nel campo della storia contemporanea, prevalentemente nelle sue dimensioni internazionali, politico-istituzionali, socioculturali, e, più nello specifico, in quello della storia sociale dei media e del rapporto tra potere e comunicazione, con il supporto di libri di testo avanzati, di incontri seminariali, di risorse multimediali.

Lo studente dovrà inoltre dimostrare di saper applicare le conoscenze acquisite in modo competente e riflessivo, sia per ideare e sostenere argomentazioni, sia per risolvere problemi nel proprio campo di studio. Dovrà pertanto mostrarsi capace di saper raccogliere e sistematizzare dati, nonché di selezionare, incrociare e vagliare le fonti informative, organizzandole in modo congruente, stabilendo collegamenti e nessi logici a supporto delle proprie capacità di ragionamento e di un più maturo senso critico individuale.

Lo studio della storia contemporanea è di conseguenza indispensabile anche al fine di acquisire, in linea con gli obiettivi formativi del CDL in SCTCD, abilità comunicative ed espressive sia generali che specifiche, a fronte della più generale esigenza dello studente di essere dotato di quella sensibilità culturale essenziale al confronto dialettico, all'attività relazionale in organizzazioni e istituzioni pubbliche e private, nelle attività di problem solving.

1041916 | SOCIOLOGIA
DEI PROCESSI
CULTURALI

2°

6

ITA

Obiettivi formativi

Il corso si propone di:

1. far acquisire consapevolezza della rilevanza e della complessità dei processi culturali e identitari nelle società contemporanee, e nella vita quotidiana degli individui;
2. fornire un vocabolario specialistico, utile comprendere e descrivere in maniera appropriata la complessità delle questioni identitarie e culturali;
3. fornire gli strumenti concettuali e metodologici per sperimentare percorsi di ricerca e di analisi su temi e questioni culturali emergenti nel dibattito pubblico contemporaneo, con particolare attenzione ai fenomeni migratori e alle questioni di genere;
4. far comprendere la stretta interdipendenza tra i fenomeni culturali e quelli mediali;
5. far acquisire consapevolezza del carattere parziale del proprio punto di vista;
6. stimolare la riflessione sulle implicazioni politiche delle questioni identitarie e culturali;
7. far acquisire consapevolezza dell'importanza di utilizzare format e standard adeguati in diverse attività di scrittura;
8. far sperimentare un'attività di scrittura sociologica;
9. far sperimentare agli studenti un percorso di progressiva autonomia nell'approccio e nell'utilizzo dei testi scientifici;
10. stimolare l'utilizzo delle competenze acquisite per la lettura dei fenomeni mediali d'attualità.

10611799 |
INFORMATICA E
TECNOLOGIE DELLA
COMUNICAZIONE
DIGITALE

2°

6

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

L'obiettivo principale dell'insegnamento in oggetto consiste nel fornire allo studente i fondamenti teorici, coadiuvati da opportune capacità tecniche di base, relativamente all'area tematica nota con il nome di Tecnologia dell'Informazione e della Comunicazione (TIC). In particolare, nella durata dell'insegnamento, lo studente avrà l'opportunità di apprendere conoscenze essenziali concernenti: lo sviluppo delle nuove tecnologie (incluso, le architetture hardware, i sistemi operativi, la manipolazione dei media, i principi della buona progettazione, le interfacce multimodali e i sistemi informativi); l'immagazzinamento e la gestione dei dati e delle informazioni (incluso, la creazione e la manipolazione delle basi di dati, i modelli descrittivi, l'integrità dei dati e i linguaggi di interrogazione); l'analisi semantica dei dati (incluso, i principi di programmazione e le tecniche di intelligenza artificiale); le reti di elaboratori (incluso, le topologie, i modelli, le architetture, i servizi cloud, gli algoritmi di instradamento e la sicurezza); e, infine, la creazione dei siti e portali WEB per mezzo dei Content Management Systems (CMSs).

Nello specifico, le finalità principali dell'insegnamento in oggetto possono essere dettagliate nel modo seguente:

1. Al termine dell'insegnamento, lo studente avrà acquisito i fondamenti teorici relativi all'area tematica denominata con il termine TIC. In particolare, lo studente avrà acquisito piena conoscenza degli strumenti tecnologici che vengono oggi utilizzati all'interno di una qualsiasi realtà produttiva (e.g., impresa, azienda, industria). Congiuntamente, lo studente avrà acquisito piena comprensione delle possibilità offerte dalle più recenti tecnologie nel supportare specifici campi di applicazione (e.g., manifatturiero, gestionale, commerciale). In aggiunta, lo studente avrà appreso, in maniera sostanziale, la capacità di gestire dati e informazioni digitali all'interno di un qualsiasi ciclo lavorativo. Infine, lo studente avrà sviluppato adeguate competenze tecniche atte alla manipolazione di base sia degli strumenti tecnologici, sia delle relative risorse digitali.
2. Al termine dell'insegnamento, lo studente saprà relazionarsi con le più recenti tecnologie di interfacciamento uomo-macchina oggi esistenti; saprà, inoltre, relazionarsi con gli strumenti più comuni che governano le attuali realtà produttive (i.e., sistemi informativi); saprà, in aggiunta, utilizzare funzionalità di base di alcuni degli strumenti più diffusi all'interno del mondo della TIC (i.e., linguaggio di interrogazione delle basi di dati, framework per lo sviluppo dei portali). Infine, saprà utilizzare i concetti e i costrutti basilari che consentono l'analisi approfondita dei dati (i.e., machine/deep learning, script di programmazione in MATLAB).
3. Al termine del corso, attraverso mirate attività di gruppo intente a sviluppare una base di dati e un mini-portale per la gestione di una Piccola e Media Impresa (PMI) didattica, nonché, attraverso materiale didattico addizionale (e.g., siti di riferimento, dispense liberamente fruibili online), lo studente avrà sviluppato adeguate capacità critiche per discernere autonomamente, in base a una specifica problematica, gli strumenti tecnologici più adatti da utilizzare, il contenuto informativo più consono da veicolare, nonché il tipo di analisi dei dati più efficace da effettuare.
4. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di comunicare, con linguaggio adeguato e in maniera aggiornata rispetto allo stato dell'arte, le proprie competenze e le proprie esperienze in ambito TIC.
5. Al termine dell'insegnamento, lo studente avrà acquisito sia una mentalità tecnica di base, sia un eccellente bagaglio culturale e terminologico, da potergli consentire di proseguire lo studio e l'ampliamento, in modo autonomo, delle tematiche acquisite.

1010555 | SOCIOLOGIA
DELLA
COMUNICAZIONE

2°

9

ITA

Obiettivi formativi

Il Corso è rivolto agli studenti del primo anno del Corso di Laurea in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali e agli iscritti negli anni precedenti.

Il Corso intende sviluppare una riflessione sul ruolo e sulla pervasività della comunicazione nella società contemporanea, da un lato attraverso lo studio della comunicazione come oggetto scientifico, dall'altro attraverso la disamina del contributo che le scienze sociali hanno dato alla fondazione delle scienze della comunicazione.

Ampio spazio è dedicato al nesso che lega la nascita e lo sviluppo dei mezzi di comunicazione alle principali trasformazioni culturali e istituzionali del mondo moderno, e alla riflessione sul ruolo della comunicazione nel rappresentare e anticipare i mutamenti dello scenario postmoderno

2° anno**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua**

1022312 | FONDAMENTI
DI ECONOMIA POLITICA

1°

6

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Gli obiettivi formativi del corso:

- comprendere come i mercati arrivino alla determinazione delle quantità (domandate ed offerte) e dei prezzi;
- comprendere in che modo i consumatori e le imprese effettuano le proprie decisioni economiche al fine di ottimizzare l'utilità, il profitto o altri obiettivi economici;
- comprendere il funzionamento di un sistema economico nel suo complesso ed, in particolare, le interazioni esistenti fra i diversi mercati (beni, moneta ed attività finanziarie) nonché il ruolo delle politiche fiscali e monetarie.

AAF1199 | LINGUA
SPAGNOLA

1°

4

SPA

Obiettivi formativi

Gli obiettivi del corso sono:

1. insegnare allo studente ad agire e interagire attraverso la lingua spagnola nei diversi contesti riguardanti le discipline umane e sociali della società dell'informazione e comunicazione;
2. far conoscere allo studente la ricchezza della cultura ispanica (spagnola e ispano-americana) per generare in lui consapevolezza ed emozione, coinvolgendo lo studente a pieno titolo nel mondo e negli affari ispanici, nonché nel lavoro;
3. far diventare lo studente padrone delle fondamenta della fonetica spagnola affinché possa esprimersi oralmente in modo giusto (pronuncia, intonazione, ritmo, ecc.) nell'operare nei settori quali cinema, teatro, radio e televisione;
4. fare in modo che lo studente possa esprimersi per scritto in modo adeguato nell'operare nei settori della stampa, editoria e media digitali conoscendo le fondamenta dell'ortografia spagnola.

1022307 |
METODOLOGIA DELLA
RICERCA SOCIALE

1°

9

ITA

Obiettivi formativi

Obiettivo principale: Il corso di Metodologia della ricerca sociale si propone di fornire i primi, essenziali, strumenti concettuali e operativi per l'impostazione di una ricerca empirica.

Obiettivi specifici:

1. Conoscenza e capacità di comprensione: fornire i primi strumenti per la conduzione di una ricerca empirica.
 2. Capacità di applicare conoscenze e comprensione: mettere in grado gli studenti di impostare una matrice dei dati, basata sia su dati individuali sia su dati aggregati.
 3. Autonomia di giudizio: mettere in grado lo studente di leggere e analizzare criticamente una ricerca al fine di valutare l'affidabilità delle risultanze prodotte. Tale obiettivo formativo è utile non solo a studenti e futuri ricercatori, ma anche a chi intenda commissionare una ricerca empirica (Standard o Non-Standard), dovendo questi essere in grado di valutare la competenza delle agenzie di condurre la ricerca.
 4. Abilità comunicative: il corso mira infine a sviluppare nello studente la capacità di comunicare efficacemente risultati di una ricerca.
 5. Capacità di proseguire lo studio in modo autonomo nel corso della vita: lo studente deve acquisire le capacità critiche e di esposizione dei problemi da coltivare autonomamente nel prosieguo degli studi.
- Per sviluppare abilità comunicative e capacità di lavoro autonomo, gli studenti analizzano in aula parti di ricerche empiriche esemplari per valutarne e esporne punti di forza e punti deboli.

10593318 | TEORIE
DELLA
COMUNICAZIONE E DEI
MEDIA DIGITALI

1°

9

ITA

Obiettivi formativi

Obiettivo del corso è di approfondire le conoscenze teoriche sulle teorie delle comunicazioni di massa e di analizzare le nuove forme della comunicazione che si sviluppano nelle piattaforme digitali, con particolare attenzione ai Social Network Sites e al processo di convergenza dei media tradizionali con le tecnologie Ip based.

Obiettivi formativi specifici.

Conoscenza e capacità di comprensione.

Il corso punta ad analizzare e sviluppare padronanza rispetto al lessico e ai modelli teorici delle comunicazioni di massa, dell'evoluzione di internet e delle piattaforme digitali (publishing, distribution, social networking), dell'esperienza d'uso che caratterizza la visione non lineare di contenuti audiovisivo. Le conoscenze acquisite offrono una solida base di riferimento per comprendere le trasformazioni della comunicazione nella fase della convergenza dei media.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione.

Obiettivo del corso sarà inoltre quello di sviluppare specifiche competenze rispetto ai social media - ai loro significati, alle loro metriche e grammatiche - applicabili ai diversi campi della comunicazione.

Autonomia di giudizio.

Attenzione sarà dedicata, con specifici momenti di discussione durante le lezioni, anche agli impatti economici, politici e sociali derivanti dalla presenza ubiqua delle piattaforme mediali nella vita quotidiana, con l'obiettivo di suscitare distanza critica e autonomia di giudizio rispetto a temi di rilievo e/o che suscitano allarme sociale.

Abilità comunicative.

Capacità di comunicare quanto si è appreso. Il corso intende promuovere la capacità di una corretta espressione argomentativa delle conoscenze attraverso la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione e la prova orale finale.

Capacità di apprendere.

Il corso intende promuovere capacità di proseguire lo studio e la conoscenza degli scenari evolutivi dei media digitali in modo autonomo. Infatti le competenze acquisite nel corso sono propedeutiche alla declinazione progettuale e applicativa proposta nei corsi di Laurea magistrale del Dipartimento e assicurano una sufficiente autonomia in ambito professionale.

Obiettivi formativi

Il corso per l'apprendimento ed il perfezionamento della Lingua inglese è costituito da esercitazioni da parte di un lettore madrelingua.

L'obiettivo principale di tali esercitazioni è di consolidare ed estendere le abilità degli studenti nell'uso della lingua inglese (parlato, ascolto, lettura e scrittura) al fine di consentire loro di poter affrontare con successo sia testi e generi specialistici pertinenti alla laurea triennale – quali il giornalismo, il lavoro di redazione, le scienze sociali e della comunicazione e il business - sia quei testi e contesti che gli studenti probabilmente incontreranno nelle loro professioni future.

1. Conoscenza e capacità di comprensione: si presume che gli studenti all'inizio del corso abbiano una conoscenza della lingua inglese almeno a livello B1 (secondo il Quadro Comune Europeo di Riferimento per la Conoscenza delle Lingue, o QCER). Scopo principale del corso è di portare questa conoscenza a livello B2 (secondo il QCER) in quelle competenze e aree specialistiche che sono rilevanti per il corso di laurea e anche oltre. A tal fine viene adottato un approccio didattico basato sulla linguistica applicata, che comporta la comprensione del significato a partire da un dato contesto e, in particolare, attraverso la presentazione dei vari elementi linguistici in una varietà di testi e situazioni.
 2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: il secondo obiettivo del corso è quello di fornire agli studenti adeguate spiegazioni teoriche sull'inglese, affiancando tali spiegazioni a varie possibilità di applicazione della teoria in diverse modalità.
 3. Autonomia di giudizio degli studenti: altro obiettivo è quello di aiutare gli studenti ad acquisire autonomia nell'apprendimento. Gli studenti sono incoraggiati non solo a sviluppare specifiche abilità per lo studio, ma anche a sviluppare una adeguata capacità per valutare la propria produttività, confrontando i propri risultati con modelli di risposta.
 4. Capacità di comunicare quanto si è appreso: al fine di aiutare gli studenti a progredire nelle loro capacità comunicative in inglese, la loro partecipazione in aula è attivamente stimolata attraverso la discussione dei diversi testi, così come vengono incoraggiate l'analisi critica delle performance e le produzioni proprie e dei loro colleghi.
 5. Capacità di apprendimento e di autonomia: complessivamente, le esercitazioni pratiche hanno lo scopo di fornire agli studenti sia la capacità di sviluppare e progredire nello studio dell'inglese in modo autonomo, sia la possibilità di adottare un approccio flessibile che permetta loro di applicare la conoscenza dell'inglese nei vari contesti e situazioni che incontreranno nelle loro future professioni.
- Risultati attesi: al termine del corso ci si aspetta che gli studenti abbiano esteso la conoscenza e applicazione di generi specialistici in inglese, che possano comprendere in modo più esauriente i messaggi e la comunicazione in lingua inglese ed essere altresì in grado di utilizzare forme appropriate per comunicare in modo chiaro ed efficiente.

10600274 | ANALISI DEI
DATI PER LA
COMUNICAZIONE

2°

6

ITA

Obiettivi formativi

Il corso si propone di insegnare agli studenti come analizzare e interpretare le informazioni quantitative riguardanti una vasta gamma di aspetti sociali, economici e culturali nell'ambito comunicazione.

Il corso è progettato per fornire agli studenti le conoscenze e le competenze finalizzate alla comprensione delle tecniche di base dell'analisi dei dati. Esso altresì enfatizza l'analisi e l'interpretazione dei dati per un uso consapevole delle informazioni quantitative, mettendo gli studenti nelle condizioni di sfruttare le potenzialità delle fonti statistiche nazionali e internazionali. Gli studenti saranno pertanto introdotti alla metodologia della statistica descrittiva, con particolare riguardo agli aspetti applicativi, nonché all'interpretazione dei risultati.

Al termine del corso essi saranno in grado di capire il processo di costruzione dei dati statistici e se questi siano stati correttamente analizzati; saranno inoltre in grado di applicare le tecniche di base della statistica descrittiva e di leggere e interpretarne i risultati.

Sono previste anche attività di esercitazione in aula, che metteranno gli studenti nelle condizioni di apprendere concretamente l'uso e le finalità dell'analisi monovariata e bivariata dei dati.

Alla fine del corso, gli studenti saranno messi nelle condizioni di servirsi autonomamente delle fonti statistiche ufficiali, di reperire dati secondari e di maneggiare i dati in modo appropriato.

1022308 | SCIENZE
SEMIOTICHE DEL
TESTO E DEI
LINGUAGGI

2°

9

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Obiettivo del corso è sviluppare una adeguata conoscenza e capacità di analisi del funzionamento dei processi comunicativi in ambito semiotico, linguistico e più generalmente legato alle teorie dei linguaggi.

Obiettivi specifici:

1. Conoscenza e comprensione: primo obiettivo del corso è introdurre gli studenti ai principali temi di studio della comunicazione nell'ottica semiotica, permettendo di acquisire il lessico e le metodologie empiriche specifiche della linguistica strutturale e della semiotica contemporanea: a tal fine saranno affrontate ricerche classiche e prospettive fondamentali (soprattutto di approccio comparativo e strutturale), affiancando ad esse approfondimenti tematici relativi a sviluppi più recenti.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: secondo obiettivo specifico del corso è applicare le conoscenze acquisite in modo competente a problemi empirici posti dallo studio dei sistemi e dei processi linguistici, soprattutto in relazione a testi narrativi, non verbali e multimediali. In particolare si cercherà mettere in condizione lo studente di analizzare testi complessi e unità discorsive di dimensione narrativa distinguendo le opportune metodologie, i livelli di complessità del testo, l'individuazione del lettore modello previsto da singoli tipi di testi.

3. Capacità critiche e di giudizio

La semiotica in quanto disciplina che studio l'interpretazione e il contenuto dei processi comunicativi permette di acquisire capacità critiche e di giudizio sia rispetto all'adeguatezza dei diversi tipi di comunicazione rispetto alle competenze dei propri destinatari, sia rispetto alle implicazioni e ai sottintesi che riguardano la componente ideologica e strategica del discorso.

4. Capacità di comunicare quanto si è appreso

Ulteriori obiettivi specifici del corso riguardano la capacità di analisi e riflessione in forma autonoma su temi di rilevanza sociale alla luce degli strumenti teorico-metodologici forniti dal corso. Tali obiettivi saranno perseguiti attraverso esercitazioni analitiche e approfondimenti di casi specifici svolti collettivamente in aula in relazioni a specifici argomenti del programma.

5. Risultati attesi: gli studenti svilupperanno, a partire dalle lezioni frontali, conoscenze relative ai principali temi di studio della semiotica, della linguistica e della teoria del linguaggio, acquisendo attraverso esercitazioni pratiche e approfondimenti tematici nuove abilità e padronanza degli ambiti di studio, del lessico e delle metodologie empiriche specifiche della disciplina.

1004964 | SOCIOLOGIA
DELL'AMBIENTE E DEL
TERRITORIO

2°

6

ITA

Obiettivi formativi

In linea con gli obiettivi che prevedono l'approfondimento di temi sociologici, il corso è volto ad analizzare il punto di vista delle scienze sociali riguardo il territorio e le ipotesi di sostenibilità ad esso relative. Secondo scopo del corso, sempre in linea con gli obiettivi formativi del corso di laurea, sarà quello di introdurre ai metodi della ricerca empirica, orientata all'analisi qualitativa dell'azione sociale sul territorio e sull'ambiente.

Risultati attesi:

1. Acquisizione degli elementi fondamentali della sociologia del territorio e dell'ambiente

2. Acquisizione di competenze di programmazione territoriale

3. Capacità di redazione di relazioni scritte

4. Capacità di comunicare il proprio lavoro con una presentazione pubblica

5. Capacità di proseguire lo studio in modo autonomo, approfondendo la bibliografia fornita al termine del corso

Istituzioni politiche

3° anno**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua**

1041914 | MARKET
DRIVEN MANAGEMENT

1°

6

ITA

Obiettivi formativi

Obiettivi generali

Obiettivo del corso è dotare gli studenti del corpo minimo di conoscenze necessario ad analizzare e comprendere i fenomeni di mercato nell'attuale cornice competitiva internazionale e domestica.

Il punto di vista adottato è quello dell'impresa, principalmente con riferimento a quella manifatturiera pur senza tralasciare le specificità di quella del terziario, che compete in regime di oligopolio differenziato: gli studenti dovranno uscire dal corso avendo compreso cosa ciò significhi e in che misura determini i fenomeni di mercato. Naturalmente il quadro fenomenico di riferimento è quello definito dal combinato disposto di globalizzazione e rivoluzione tecnologica.

Obiettivi specifici

1. Conoscenza e capacità di comprensione.

Lo studente conoscerà i fondamenti dell'economia e gestione dell'impresa, saprà inquadrarli nelle coordinate macroeconomiche rilevanti (consumi, investimenti delle imprese, spesa pubblica, saldo partite internazionali), comprenderne le fondamentali logiche microeconomiche (funzioni economiche dei player e loro relazioni) e mettere il tutto a sistema. La prima parte del corso è dedicata al raggiungimento di questo obiettivo che, naturalmente, dato il curriculum degli studenti, sarà raggiunto adottando un approccio descrittivo e semplificando i concetti all'essenziale.

A valle di tutto ciò, lo studente sarà condotto a conoscere le logiche di governo delle relazioni di mercato dell'impresa –cosiddetto marketing management- guidate dal concetto di valore e dal costante confronto dinamico con le esigenze della domanda, finale e intermedia. Lo studente acquisirà consapevolezza dell'impianto concettuale e metodologico che sottostà a ciascuna scelta e azione di mercato, acquisendo consapevolezza della complessità del marketing. La seconda parte del corso è dedicata al raggiungimento di questo obiettivo, ragion per cui alle lezioni tradizionali qui aggiungono anche dei seminari tematici, tenuti da testimonial aziendali qualificati, che arricchiscono l'impianto teorico del corso con la narrazione dell'esistente.

Grande cura, in tutto il corso, è prestata all'acquisizione del linguaggio tecnico della disciplina, recentemente rinnovatosi dalla rivoluzione digitale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione.

Ci si attende che lo studente, al termine del corso, sia in grado di analizzare autonomamente i fenomeni di mercato di cui come "persona comune" è testimone ogni giorno, comprendendo quali ne siano le finalità, le complesse e articolate scelte aziendali sottostanti, le dinamiche competitive.

Di nuovo, dato il contesto culturale del corso e il numero di crediti limitato, si è prediletto un approccio finalizzato ad abbracciare la varietà del fenomeno marketing piuttosto che la profondità e la specializzazione. Per questa ragione è realistico attendersi che lo studente, che si è applicato con impegno e costanza durante il corso, possa giovare di una accresciuta capacità di analisi e comprensione dei fenomeni ma non possa considerarsi un tecnico della materia.

3. Autonomia di giudizio.

E' il fine ultimo del corso. La selezione dei temi, l'ampiezza del campo di osservazione che si sono scelti per impostare il corso, rispondono esattamente allo scopo ultimo di dotare lo studente di una capacità di giudizio autonoma, basata sui dati e sui fatti riscontrabili. Si sottolinea sempre, in aula, che il senso dello studio in Università risiede anche nel dotarsi delle conoscenze e consapevolezza necessarie ad acquisire autonoma capacità di giudizio e una solida formazione di opinioni.

4. Abilità comunicative.

La numerosità degli studenti in aula non consente l'esperimento di una didattica attiva orientata alla maturazione di soft skill comunicative. Ciononostante è costante cura del docente cercare di stimolare il dibattito in aula e descrivere gli strumenti di supporto alla comunicazione dei concetti. Il test finale di esame, nella parte delle domande chiuse (multiple choice) è comunque orientato a verificare il possesso del vocabolario tecnico della disciplina –indispensabile ai fini di una corretta espressione dei valori dello studente.

5. Capacità di apprendimento.

Nel corso delle lezioni vengono presentate allo studente le principali risorse informative sui fenomeni di mercato (fonti dati ufficiali, siti web specializzati e/o focalizzati sul marketing, eccetera) e, al termine del corso, illustrate le vie migliori per intraprendere studi di ordine superiore sul marketing.

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso intende fornire le basi della sociologia del giornalismo e dei processi di newsmaking, con riferimento alle diverse piattaforme disponibili. Attraverso lezioni di didattica frontale, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e attività pratiche, il corso intende fornire conoscenze e competenze relative alle teorie e tecniche del giornalismo e del newsmaking, necessarie per analizzare i modelli di giornalismo (inclusi aspetti del linguaggio giornalistico) su diversi media e applicare le conoscenze acquisite per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Obiettivi specifici

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito:

- (Descrittore di Dublino 1) conoscenze relative a: principali modelli di giornalismo(tradizionali e digitali); specificità del caso italiano (origini, evoluzione e tendenze in corso di sviluppo); principali fasi ed elementi del newsmaking; generi giornalistici e ambiti del giornalismo; tematiche di approfondimento legate al giornalismo digitale (tra cui citizen journalism, ruolo dei social media, fake news, data journalism, ruolo dei dispositivi mobili e caratteristiche dell'informazione e dei formati su dispositivi mobili);
- (Descrittore di Dublino 2) competenze necessarie per analizzare le principali caratteristiche dei modelli giornalistici su diversi media e competenze per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Inoltre al termine del corso lo studente avrà acquisito:

- (Descrittore di Dublino 3) capacità critiche e di giudizio rispetto ai processi di costruzione e rappresentazione sociale operati dagli attori del newsmaking, attraverso esercitazioni, analisi di casi di studio e la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione per analizzare e commentare questi ultimi;
- (Descrittore di Dublino 4) capacità di una corretta espressione argomentativa delle conoscenze attraverso la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione, la presentazione delle attività pratiche e la prova orale finale;
- (Descrittore di Dublino 5) capacità di proseguire lo studio e la conoscenza degli scenari evolutivi del giornalismo in modo autonomo, che sarà promossa attraverso l'analisi di casi di studio, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e fornendo indicazioni su fonti per l'aggiornamento sui temi studiati.

**LABORATORIO DI
TECNICHE E
LINGUAGGI DI
GIORNALISMO**

1°

3

ITA

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire le basi della sociologia del giornalismo e dei processi di newsmaking, con riferimento alle diverse piattaforme disponibili. Attraverso lezioni di didattica frontale, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e attività pratiche, il corso intende fornire conoscenze e competenze relative alle teorie e tecniche del giornalismo e del newsmaking, necessarie per analizzare i modelli di giornalismo (inclusi aspetti del linguaggio giornalistico) su diversi media e applicare le conoscenze acquisite per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Obiettivi specifici

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito:

- (Descrittore di Dublino 1) conoscenze relative a: principali modelli di giornalismo(tradizionali e digitali); specificità del caso italiano (origini, evoluzione e tendenze in corso di sviluppo); principali fasi ed elementi del newsmaking; generi giornalistici e ambiti del giornalismo; tematiche di approfondimento legate al giornalismo digitale (tra cui citizen journalism, ruolo dei social media, fake news, data journalism, ruolo dei dispositivi mobili e caratteristiche dell'informazione e dei formati su dispositivi mobili);
- (Descrittore di Dublino 2) competenze necessarie per analizzare le principali caratteristiche dei modelli giornalistici su diversi media e competenze per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Inoltre al termine del corso lo studente avrà acquisito:

- (Descrittore di Dublino 3) capacità critiche e di giudizio rispetto ai processi di costruzione e rappresentazione sociale operati dagli attori del newsmaking, attraverso esercitazioni, analisi di casi di studio e la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione per analizzare e commentare questi ultimi;
- (Descrittore di Dublino 4) capacità di una corretta espressione argomentativa delle conoscenze attraverso la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione, la presentazione delle attività pratiche e la prova orale finale;
- (Descrittore di Dublino 5) capacità di proseguire lo studio e la conoscenza degli scenari evolutivi del giornalismo in modo autonomo, che sarà promossa attraverso l'analisi di casi di studio, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e fornendo indicazioni su fonti per l'aggiornamento sui temi studiati.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
INNOVAZIONE E ANALISI DEI MODELLI DI GIORNALISMO	1°	6	ITA

Obiettivi formativi

Il corso intende fornire le basi della sociologia del giornalismo e dei processi di newsmaking, con riferimento alle diverse piattaforme disponibili. Attraverso lezioni di didattica frontale, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e attività pratiche, il corso intende fornire conoscenze e competenze relative alle teorie e tecniche del giornalismo e del newsmaking, necessarie per analizzare i modelli di giornalismo (inclusi aspetti del linguaggio giornalistico) su diversi media e applicare le conoscenze acquisite per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Obiettivi specifici

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito:

- (Descrittore di Dublino 1) conoscenze relative a: principali modelli di giornalismo (tradizionali e digitali); specificità del caso italiano (origini, evoluzione e tendenze in corso di sviluppo); principali fasi ed elementi del newsmaking; generi giornalistici e ambiti del giornalismo; tematiche di approfondimento legate al giornalismo digitale (tra cui citizen journalism, ruolo dei social media, fake news, data journalism, ruolo dei dispositivi mobili e caratteristiche dell'informazione e dei formati su dispositivi mobili);
- (Descrittore di Dublino 2) competenze necessarie per analizzare le principali caratteristiche dei modelli giornalistici su diversi media e competenze per la redazione e gestione di contenuti informativi in ambienti digitali.

Inoltre al termine del corso lo studente avrà acquisito:

- (Descrittore di Dublino 3) capacità critiche e di giudizio rispetto ai processi di costruzione e rappresentazione sociale operati dagli attori del newsmaking, attraverso esercitazioni, analisi di casi di studio e la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione per analizzare e commentare questi ultimi;
- (Descrittore di Dublino 4) capacità di una corretta espressione argomentativa delle conoscenze attraverso la sollecitazione da parte dei docenti a intervenire durante la lezione, la presentazione delle attività pratiche e la prova orale finale;
- (Descrittore di Dublino 5) capacità di proseguire lo studio e la conoscenza degli scenari evolutivi del giornalismo in modo autonomo, che sarà promossa attraverso l'analisi di casi di studio, lezioni-incontro con ospiti e professionisti del mondo dell'editoria e dell'informazione e fornendo indicazioni su fonti per l'aggiornamento sui temi studiati.

A SCELTA DELLO STUDENTE	1°	15	ITA
-------------------------	----	----	-----

Obiettivi formativi

Gli ordinamenti didattici prevedono uno specifico numero di crediti formativi da destinare alle "attività a scelta dello studente". Lo studente è libero di scegliere gli insegnamenti che preferisce con l'obiettivo di ampliare e approfondire il percorso formativo curricolare.

Tali attività consistono unicamente in esami relativi a moduli attivati nel corso di laurea non inseriti come opzionali oppure esami erogati negli altri corsi di Laurea triennale del Dipartimento, della Facoltà o di altre Facoltà della Sapienza. La prenotazione e le modalità di verbalizzazione del voto degli esami sostenuti come attività a scelta dello studente sono le stesse degli altri esami previsti obbligatoriamente dal curriculum; il voto conseguito in tali esami contribuisce alla definizione della media dei voti.

10593237 CULTURAL E MEDIA STUDIES - LABORATORIO DI ANALISI DEI PRODOTTI CULTURALI	2°	9	ITA
---	----	---	-----

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il modulo di Industria culturale e Media Studies, attraverso una periodizzazione che va dagli anni '40 sino ad oggi, ripercorre le tappe evolutive della nascita, della diffusione e dell'affermazione del sistema dell'industria culturale italiana, sia nell'ottica della produzione che in quella del consumo. Allo scopo di fornire una cornice teorica esaustiva, all'interno del modulo di Industria Culturale e Media Studies viene anche approfondita la transizione dal paradigma della modernità a quello della società tardo-moderna, con una particolare attenzione al rapporto tra l'evoluzione mediale e alcune categorie fondative dell'esperienza del soggetto quali il tempo, lo spazio, l'identità, la comunità, il lavoro.

All'interno del modulo di Laboratorio di analisi dei prodotti culturali sono previste un'analisi approfondita di alcuni documenti audiovisivi, fondamentali per comprendere il profondo legame tra i media e l'evoluzione socio-culturale del Paese, ed esercitazioni pratiche sugli argomenti affrontati nel corso delle lezioni frontali.

1. Conoscenza e comprensione: il corso punta ad approfondire le teorie dell'industria culturale e ad analizzare caratteristiche ed evoluzione dei differenti settori che la compongono, dal cinema alla televisione, dall'editoria alla radio fino ai media digitali. Particolare attenzione è riservata alle specificità del "caso italiano", in un'ottica di interconnessioni tra media system, politica e contesto socio-culturale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: il corso si propone di applicare le conoscenze apprese relativamente allo studio dei vari settori dell'industria culturale, attraverso l'analisi di documenti audiovisivi, allo scopo di comprendere come i mezzi di comunicazione abbiano raccontato il processo di industrializzazione del Paese e come, viceversa, il sistema dei media si sia evoluto in parallelo alle dinamiche sociali, politiche e culturali.

3 - 4 - 5. Competenze trasversali: il corso si propone di far acquisire capacità critiche di giudizio e un approccio di studio analitico e trasversale, attraverso le attività laboratoriali che prevedono momenti di confronto in aula su specifici casi di studio ed esercitazioni in itinere sui temi trattati a lezione.

**LABORATORIO DI
ANALISI DEI PRODOTTI
CULTURALI**

2°

3

ITA

Obiettivi formativi

Il modulo di Industria culturale e Media Studies, attraverso una periodizzazione che va dagli anni '40 sino ad oggi, ripercorre le tappe evolutive della nascita, della diffusione e dell'affermazione del sistema dell'industria culturale italiana, sia nell'ottica della produzione che in quella del consumo. Allo scopo di fornire una cornice teorica esaustiva, all'interno del modulo di Industria Culturale e Media Studies viene anche approfondita la transizione dal paradigma della modernità a quello della società tardo-moderna, con una particolare attenzione al rapporto tra l'evoluzione mediale e alcune categorie fondative dell'esperienza del soggetto quali il tempo, lo spazio, l'identità, la comunità, il lavoro.

1. Conoscenza e comprensione: il corso punta ad approfondire le teorie dell'industria culturale e ad analizzare caratteristiche ed evoluzione dei differenti settori che la compongono, dal cinema alla televisione, dall'editoria alla radio fino ai media digitali. Particolare attenzione è riservata alle specificità del "caso italiano", in un'ottica di interconnessioni tra media system, politica e contesto socio-culturale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: il corso si propone di applicare le conoscenze apprese relativamente allo studio dei vari settori dell'industria culturale, attraverso l'analisi di documenti audiovisivi, allo scopo di comprendere come i mezzi di comunicazione abbiano raccontato il processo di industrializzazione del Paese e come, viceversa, il sistema dei media si sia evoluto in parallelo alle dinamiche sociali, politiche e culturali.

3 - 4 - 5. Competenze trasversali: il corso si propone di far acquisire capacità critiche di giudizio e un approccio di studio analitico e trasversale, attraverso le attività laboratoriali che prevedono momenti di confronto in aula su specifici casi di studio ed esercitazioni in itinere sui temi trattati a lezione.

**CULTURAL E MEDIA
STUDIES**

2°

6

ITA

Insegnamento**Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

I modulo di Industria culturale e Media Studies, attraverso una periodizzazione che va dagli anni '40 sino ad oggi, ripercorre le tappe evolutive della nascita, della diffusione e dell'affermazione del sistema dell'industria culturale italiana, sia nell'ottica della produzione che in quella del consumo. Allo scopo di fornire una cornice teorica esaustiva, all'interno del modulo di Industria Culturale e Media Studies viene anche approfondita la transizione dal paradigma della modernità a quello della società tardo-moderna, con una particolare attenzione al rapporto tra l'evoluzione mediale e alcune categorie fondative dell'esperienza del soggetto quali il tempo, lo spazio, l'identità, la comunità, il lavoro.

1. Conoscenza e comprensione: il corso punta ad approfondire le teorie dell'industria culturale e ad analizzare caratteristiche ed evoluzioni dei differenti settori che la compongono, dal cinema alla televisione, dall'editoria alla radio fino ai media digitali. Particolare attenzione è riservata alle specificità del "caso italiano", in un'ottica di interconnessioni tra media system, politica e contesto socio-culturale.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione: il corso si propone di applicare le conoscenze apprese relativamente allo studio dei vari settori dell'industria culturale, attraverso l'analisi di documenti audiovisivi, allo scopo di comprendere come i mezzi di comunicazione abbiano raccontato il processo di industrializzazione del Paese e come, viceversa, il sistema dei media si sia evoluto in parallelo alle dinamiche sociali, politiche e culturali.

3 - 4 - 5. Competenze trasversali: il corso si propone di far acquisire capacità critiche di giudizio e un approccio di studio analitico e trasversale, attraverso le attività laboratoriali che prevedono momenti di confronto in aula su specifici casi di studio ed esercitazioni in itinere sui temi trattati a lezione.

AAF1007 | PROVA
FINALE

2°

9

ITA

Obiettivi formativi

La Prova finale ha l'obiettivo di portare a sintesi la formazione acquisita dallo studente nel corso del triennio. Lo scopo è attestare il raggiungimento di un'adeguata padronanza, da una parte, dei saperi disciplinari caratterizzanti il corso di studi; dall'altra, della capacità argomentativa e di scrittura, di gestione delle fonti documentali e, non da ultimo, di autonomo intervento progettuale. La Prova finale rappresenta, pertanto, un'esperienza tesa a valorizzare la natura della laurea triennale come formazione di base per i futuri professionisti della comunicazione.

Oltre alla forma classica del saggio - che può avvalersi o meno di una ricerca empirica - delle dimensioni orientative di non più di 50 cartelle (di circa 80,00 - 100,00 battute), l'elaborato può essere costituito dalla presentazione di diversi prodotti di comunicazione (siti, prodotti audiovisivi, Cd-Rom, progetti, piani di comunicazione e marketing, format, campagne pubblicitarie o di comunicazione sociale, servizi e prodotti di comunicazione, etc.), che possono essere realizzati integralmente o parzialmente attraverso formati multimediali.

In ogni caso l'elaborato deve prevedere indicazioni (testuali e bibliografiche) che ne illustrino le motivazioni teoriche e scientifiche e il suo contributo all'ambito disciplinare di riferimento. Ulteriori specificazioni vengono demandate al regolamento del Corso di Studio.

Processi culturali

Formati

Gruppi opzionali

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1055938 FILOSOFIA E SCIENZA POLITICA	2°	2°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
Obiettivi formativi				
Obiettivi del corso:				
1. Conoscenza dei classici del pensiero politico e comprensione delle categorie interpretative adottate dai principali filosofi moderni.				
2. Capacità di applicare la conoscenza delle categorie teoriche alla comprensione di alcuni processi politici delle democrazie contemporanee.				
3. Capacità critiche di orientamento sulle fondamentali questioni teoriche e capacità di giudizio sulle dinamiche delle istituzioni, sui linguaggi della politica.				
4. Capacità di comunicare quanto si è appreso nella discussione pubblica, nella redazione di articoli e saggi di approfondimento.				
5. Elementi per sviluppare nel corso dell'esperienza di vita e professionale la capacità di proseguire in maniera autonoma lo studio della politica, della comunicazione.				
10611871 SOCIOLOGIA DEGLI ATTORI E DELLE ISTITUZIONI POLITICHE	2°	2°	6	ITA
Obiettivi formativi				
<p>Il corso mira a dotare gli studenti dei necessari strumenti teorici e concettuali della Sociologia politica, utili a leggere i mutamenti e le caratteristiche dello scenario italiano e globale in riferimento al sistema e agli attori politici, ai temi della secolarizzazione e della laicità, alle caratteristiche e al ruolo delle religioni come soggetti politici, ai temi del ruolo dei media come costruttori sociali della realtà nella politica. Conoscenza e capacità di comprensione: primo obiettivo del corso è di fornire le conoscenze di base e le competenze connesse alla sociologia dei fenomeni politici. Capacità di applicare conoscenze e comprensione: secondo obiettivo del corso è di trasmettere le competenze pratiche per impostare e realizzare indagini di monitorare e comprendere le dinamiche di livello globale in atto nel sistema delle relazioni politiche contemporanee. Autonomia di giudizio: Ulteriore obiettivo specifico del corso riguarda la capacità di analizzare e riflettere in forma autonoma sui contenuti dei testi e sui temi trattati a lezione da sottoporre alla riflessione comune della classe. Abilità comunicative: A latere di tutti gli obiettivi, il corso mira a sviluppare abilità comunicative in merito ai percorsi di ricerca sulle dinamiche relazionali tra gli attori politici e sui fenomeni di carattere globale del sistema delle relazioni politiche nel contesto contemporaneo. Capacità di apprendimento: le lezioni e le esercitazioni pratiche mirano a trasmettere l'abilità da parte degli studenti di studiare, approfondire e rielaborare i materiali di studio in modo autonomo. Risultati attesi: Al termine del corso gli studenti conosceranno e comprenderanno i principali concetti della sociologia politica; applicando tali conoscenze, saranno in grado di decodificare alcuni dei fenomeni che interessano le organizzazioni e gli attori politici, con riferimento al tema della laicità e al ruolo delle identità religiose nel mondo globalizzato e al ruolo della comunicazione nello scenario politico contemporaneo.</p>				

Lo studente deve acquisire 6 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
1031746 TEORIA E TECNICHE DELLA TELEVISIONE	3°	1°	6	ITA

Insegnamento**Anno****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il corso si propone di fare il punto sulla presenza e l'impatto della televisione sulla società italiana, in un contesto di grande e irreversibile mutamento che coinvolge anche le ecologie televisive (avvento del digitale, multicanalizzazione, proliferazione degli schermi e delle piattaforme etc.). Uno specifico focus sarà dedicato ai rapporti tra tv e politica, attraverso l'evoluzione del format talk show, che, in bilico tra influenze del potere e chances di democratizzazione, rappresenta alcuni dei tratti più caratteristici del Mediaevo.

Al termine del corso, anche grazie alla ricostruzione storico-comparativa adottata, lo studente avrà dunque acquisito un'adeguata comprensione dei modi in cui il medium televisivo - in quanto tecnologia e forma culturale - ha contribuito a trasformare l'esperienza umana.

Avrà inoltre maturato la capacità critica necessaria ad applicare le conoscenze acquisite all'analisi delle trasformazioni che hanno segnato l'evoluzione della televisione, mettendo in luce i principali processi di cambiamento sociale, culturale e politico generati fuori dalla sfera dei media, con particolare riferimento al ruolo del Servizio Pubblico, alle dinamiche di ascolto, alla regolamentazione del settore audiovisivo, al rapporto tra tv e politica.

Proprio a partire da questi nodi tematici, le conoscenze saranno applicate in aula a concreti casi di studio, e messe in pratica incoraggiando gli studenti a selezionare e analizzare specifici format televisivi, collocandoli nel contesto sociale, culturale, politico e tecnologico di riferimento e svolgendo analisi di scenario utili a comprendere punti di forza e debolezza, opportunità e i rischi connessi alla loro collocazione nel mercato editoriale di riferimento.

Se quanto sopra è funzionale all'obiettivo di contribuire allo sviluppo delle capacità critiche e di giudizio dello studente, la pianificazione di momenti di discussione in pubblicodelle analisi condotte servirà all'implementazione delle sue capacità di comunicare quanto si è appreso.

L'insieme di queste conoscenze e competenze è mirato a stimolare un interesse verso una lettura sociologica dei prodotti televisivi, sensibile al nuovo e all'interdisciplinarietà, destinata a poter essere applicati in modo autonomo dallo studente.

10612035 | ANALISI
DELLA
PRODUZIONE
CULTURALE

3°

2°

6

ITA

Obiettivi formativi**Obiettivi Formativi**

Il corso si pone l'obiettivo di far comprendere agli studenti, attraverso una prospettiva critica e interdisciplinare, il funzionamento dei processi di produzione delle forme espressive e l'influenza dei primi sulle seconde, evidenziando sia le specificità di diversi settori, sia le loro convergenze, sostenute da digitalizzazione e integrazione organizzativa

Conoscenze e Comprensione

In particolare, il corso perseguirà tale obiettivo generale attraverso i seguenti obiettivi più specifici:

- (1) l'apprendimento di riferimenti concettuali e teorici, di diversa matrice disciplinare (es. sociologia della cultura, media studies, cultural studies, economia industriale), utili alla comprensione dello sviluppo storico e dell'attuale funzionamento dei sistemi di produzione culturale
- (2) la comprensione delle specificità dei prodotti culturali e dei principi normativi della proprietà intellettuale, che condizionano e su cui si basano le attività e le relazioni economiche che articolano i sistemi di produzione culturale
- (3) la conoscenza delle possibili coordinate di analisi critica del rapporto fra processi e output della produzione culturale e dei temi maggiormente dibattuti dalla ricerca scientifica interessata a tale ambito
- (4) l'apprendimento dei fattori da considerare nell'analisi delle dinamiche di trasformazione e innovazione dei sistemi di produzione culturale e delle loro implicazioni sui prodotti

Capacità di applicare conoscenze e comprensione, capacità critiche e di giudizio, capacità di comunicare e di proseguire lo studio in modo autonomo

Al termine del corso gli studenti avranno acquisito (1) le competenze teoriche e metodologiche utili a ricostruire e ad analizzare autonomamente sia le relazioni di filiera che articolano un particolare settore della produzione culturale, sia i fattori che influiscono sulle specifiche modalità di relazione e collaborazione (o conflitto) fra i player del settore; (2) la capacità di riconoscere sia le asimmetrie di potere fra diversi, sia la loro influenza su processi e output della produzione culturale; (3) la capacità di discutere criticamente dei processi di produzione, considerandone: grado di democratizzazione di diversi aspetti e processi; gatekeeping degli input creativi; classificazione, gestione differenziata e mediazione simbolica degli output culturali; condizionamenti delle pratiche di fruizione e influenza su livelli di differenziazione e pluralismo dei mercati culturali.

Più in generale, ci si attende che il corso consenta agli studenti di riconoscere, analizzare, discutere e valutare criticamente determinanti e implicazioni - sociali, economiche e culturali - dei processi di produzione di forme culturali.

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10600496 TEORIA E STORIA DEL LINGUAGGIO CINEMATOGRAFIC O	3°	2°	9	ITA

Obiettivi formativi

Il corso fornirà agli studenti un panorama comprensivo del linguaggio cinematografico in una prospettiva storica. L'evoluzione del linguaggio del film sarà considerata "ecologicamente" in un panorama mediatico ampio che include altri media audiovisivi (la televisione, le piattaforme di streaming, i videogame) e altre forme narrative (il romanzo, il teatro). Le stagioni del cinema saranno ripercorse con una duplice enfasi. La prima è sulla concomitanza tra le innovazioni tecnologiche e i nuovi orizzonti stilistici ed espressivi che esse hanno dischiuse alla narrazione cinematografica. La seconda è sui riti sociali e i contesti di visione – dai primi nickelodeon agli schermi degli smartphone – e sul modo in cui la loro evoluzione ha determinato lo stile e il linguaggio dei film. Alla fine del corso, gli studenti avranno acquisito le seguenti nozioni e abilità:

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza di base del linguaggio cinematografico e della sua evoluzione tecnologica e formale, dal "cinema delle attrazioni" delle origini al "cinema neo-attrazionale" della rivoluzione digitale;

2. Conoscenza e capacità di comprensione applicate

Abilità fondamentali dell'analisi del film, applicate all'unità di base della singola sequenza (in che modo elementi distinti come la messinscena, la fotografia, il montaggio e il sound design interagiscono nel generare stile e significato del film);

3. Autonomia di giudizio

Capacità di mettere i film in prospettiva (storia, genere, stile) e nel contesto (interazione con altri prodotti audiovisivi, dai formati televisivi ai videogiochi). Una parte del corso includerà discussioni collettive sotto la guida del docente;

4. Abilità comunicative

Abilità di scrittura accademica sul cinema. Per l'esame finale agli studenti verrà chiesto di presentare e discutere una tesina scritta;

5. Capacità di apprendere

Capacità di proseguire autonomamente lo studio, attenendosi alle linee guida bibliografiche e filmografiche fornite durante le lezioni.

10616875 CULTURE DIGITALI E COMUNICAZIONE VISIVA	3°	2°	9	ITA
--	----	----	---	-----

Obiettivi formativi

Il Corso di laurea triennale in Comunicazione, tecnologie e culture digitali prepara laureati in possesso di un'adeguata padronanza delle basi scientifiche e dei concetti essenziali delle discipline umane e sociali connesse ad una specifica competenza nell'area della comunicazione, dei media, delle tecnologie e delle culture digitali, dei sistemi di informazione e dell'industria culturale. Il percorso formativo costituisce la base per accedere alle lauree magistrali che preparano professionalità nel campo del giornalismo, dell'industria culturale e della comunicazione digitale, dell'educazione digitale e della ricerca applicata ai media. Progressione nel curriculum Nel primo anno gli studenti acquisiscono le competenze di base rispetto ai processi culturali e comunicativi e alla loro declinazione rispetto alle discipline di matrice sociologica, storica, psicologica, giuridica. Una specifica attenzione è dedicata all'informatica e alle tecnologie della comunicazione. Nel secondo anno vengono approfonditi i modelli teorici elaborati dai media studies sui media di massa e interattivi; si pongono solide fondamenta rispetto al metodo di ricerca e all'analisi statistica dei dati; si affrontano i temi di matrice economica, politologica, dell'ambiente e del territorio. Nel terzo anno si punta ad ampliare le competenze e applicarle a singoli settori, anche attraverso didattica di tipo laboratoriale. L'analisi delle produzioni culturali si combina con lo studio e l'applicazione del linguaggio giornalistico, radiotelevisivo, cinematografico. Per completare il profilo interdisciplinare del curriculum vengono proposti inoltre insegnamenti di marketing e di analisi dei processi culturali. La quota di impegno relativa allo studio individuale è definita dal Regolamento didattico del corso di studio.

Profilo professionale

Profilo

Funzionario nel settore dell'industria culturale e in quello dei beni e consumi culturali

Funzioni

Le funzioni che il CdS triennale prende a riferimento sono riconducibili ad alcune specifiche competenze da svolgere in autonomia o in collaborazione (giornali, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media). E in particolare: i profili di base per analizzare i sistemi della comunicazione applicando le conoscenze delle principali tecniche di ricerca sociale e analisi dei dati; la capacità di declinare i processi comunicativi nell'ambito dei processi culturali, della psicologia e della semiotica; le conoscenze necessarie per operare nel campo delle tecnologie sia tradizionali sia di nuova generazione, con particolare riferimento alla multimedialità. Pertanto, i contesti professionali dei laureati nel CdS triennale sono riconducibili ad agenzie di comunicazione, di pubblicità, a società di rilevazione dati, a istituti di ricerca, ad organizzazioni per la produzione di contenuti e servizi per i diversi ambiti mediali.

Competenze

Le competenze associate alle funzioni della figura professionale del laureato triennale consistono: nella gestione delle attività di pubbliche relazioni; nella progettazione di una ricerca e dei relativi strumenti di rilevazione dei dati; nella capacità di gestione, coordinamento e supervisione della fase di rilevazione; nella collaborazione alla realizzazione di contenuti e servizi destinati a canali on e off line.

Sbocchi lavorativi

Gli sbocchi professionali corrispondenti ai profili della classificazione Istat sono i seguenti: Tecnico del web marketing; Addetto alle relazioni pubbliche, public relations executive; Intervistatori e rilevatori professionali; Supervisore di call center, supervisore di help desk, tecnico della gestione dei servizi nei call center. Altri sbocchi professionali, non previsti dalla classificazione Istat, sono i seguenti: Assistente di produzioni radiofoniche, televisive e audiovisive; Collaboratore alla progettazione di sistemi informativi multimediali on-line; Collaboratore alla redazione di testi radiofonici, televisivi, di fiction, per audiovisivi, cinema, web, informazione stampata e on-line.

Frequentare

Laurearsi

Oltre alla forma classica del saggio - che può avvalersi o meno di una ricerca empirica - delle dimensioni orientative di almeno 50 cartelle (di circa 2000 battute), l'elaborato può essere costituito dalla presentazione di diversi prodotti di comunicazione (siti, prodotti audiovisivi, Cd-Rom, progetti, piani di comunicazione e marketing, format, campagne pubblicitarie o di comunicazione sociale, servizi e prodotti di comunicazione, etc.), che possono essere realizzati integralmente o parzialmente attraverso formati multimediali. In ogni caso l'elaborato deve prevedere indicazioni (testuali e bibliografiche) che ne illustrino le motivazioni teoriche e scientifiche e il suo contributo all'ambito disciplinare di riferimento. Ulteriori specificazioni vengono demandate al regolamento del CdL.

Organizzazione

Presidente del Corso di studio - Presidente del Consiglio di area didattica

Fabrizio Martire

Tutor del corso

PIERLUIGI CERVELLI
MARIA ROMANA ALLEGRI
GAIA PERUZZI
ELENA VALENTINI
ELENA PAPADIA
MIHAELA GAVRILA
MARIELLA NOCENZI

Manager didattico

Rappresentanti degli studenti

ALESSIA STOISMAN
PELLEGRINO DELL'ANNO
MARIO SEVERINI

Docenti di riferimento

MARIA ROMANA ALLEGRI
FRANCESCA ALBY
MARZIA ANTENORE
GAIA PERUZZI
DANILO AVOLA
MARCO RAOUL MARINI
LORENZO UGOLINI
FABRIZIO MARTIRE
PIERLUIGI CERVELLI
MIHAELA GAVRILA
PAOLO MONTESPERELLI
ELENA VALENTINI
ELENA BOCCI

Regolamento del corso

Il percorso formativo del CdS in Comunicazione, tecnologie e culture digitali prevede l'acquisizione di complessivi 180 CFU (Crediti formativi universitari) e si articola in: 19 insegnamenti (di cui due al terzo anno di corso prevedono una specifica declinazione laboratoriale); ogni insegnamento e? relativo a uno o piu? SSD (Settori scientifico disciplinari), il superamento della prova d'esame consente l'acquisizione dei relativi CFU (6 o 9); 2 moduli di idoneita? di lingua straniera: Inglese (5 CFU) e Spagnolo (4 CFU); attivita? a scelta (gli insegnamenti e/o i laboratori scelti su base individuale) per un massimo di 15 CFU; prova finale per un totale di 9 CFU. Il corso non prevede l'articolazione in curricula e lo studente deve presentare il percorso formativo curriculare solo per l'acquisizione dei CFU relativi alle Attivita? a scelta. Progressione nel curriculum Nel primo anno, gli studenti acquisiscono le competenze di base rispetto ai processi culturali e comunicativi e alla loro declinazione rispetto alle discipline di matrice sociologica, storica, psicologica, giuridica. Una specifica attenzione e? dedicata all'informatica e alle tecnologie della comunicazione. Nel secondo anno, vengono approfonditi i modelli teorici relativi ai media di massa e interattivi; il metodo di ricerca e l'analisi statistica dei dati. Si approfondiscono inoltre temi di formazione generale nel campo della semiotica, dell'economia, e dell'informatica. Nel terzo anno il corso assume una specifica connotazione fornendo gli strumenti concettuali e applicativi necessari a formare un

comunicatore capace di usare le tecnologie digitali, i sistemi di informazione e dei diversi settori delle industrie culturali, con riferimento ai media mainstream e digitali. Gli studenti interessati a proseguire gli studi in una Laurea Magistrale trovano uno sbocco coerente nelle seguenti LM offerte dal Dipartimento CoRis: Media, Comunicazione digitale e Giornalismo - Media Studies (LM19) Organizzazione e marketing per la comunicazione di impresa (LM59) Progettazione sociale per la sostenibilità, l'innovazione e l'inclusione di genere (LM88)

REGOLAMENTO DEL CORSO DI LAUREA Lezioni

Le lezioni (quindi le ore di didattica svolte in aula) sono articolate in due semestri. Lo sviluppo dei moduli si svolge nell'arco di 12 settimane e impegna un numero diverso di settimane in funzione del numero di crediti assegnati al modulo: in linea Pagina 1 indicativa, i moduli da 6 crediti si articolano nell'arco di 48 ore di lezione, i moduli da 9 crediti in 72 ore. Una volta disponibili gli orari delle lezioni del Corso di laurea, è possibile individuare i moduli attivati e iniziare a seguire le lezioni. Ad ogni insegnamento presente nell'ordinamento didattico corrisponde una bacheca elettronica disponibile nella sezione "Frequentare" del catalogo corsi dell'Ateneo, all'interno della quale ogni docente inserisce le informazioni relative al programma del corso, testi d'esame, prerequisiti, modalità di svolgimento, modalità di valutazione, date degli appelli. I docenti danno inoltre comunicazione relative ai loro insegnamenti nelle pagine personali del catalogo dei corsi, rinviando alle eventuali piattaforme on line che verranno impiegate per la didattica. Gli studenti trovano le pagine personali dei docenti all'indirizzo <https://corsidilaurea.uniroma1.it/cerca/docente> Regole per l'ammissione ad anni successivi (trasferimenti, passaggi, abbreviazioni): agli studenti provenienti da altro corso di laurea o ordinamento, l'eventuale convalida degli esami pregressi per almeno 39 CFU (Credito Formativo Universitario) comporterà l'ammissione al secondo anno di corso; mentre, l'eventuale convalida degli esami pregressi per almeno 87 cfu potrà comportare l'ammissione al terzo anno di corso. Frequenza La frequenza ai corsi, pur non essendo formalmente obbligatoria, è fortemente consigliata, in quanto elemento formativo fondamentale ai fini dell'acquisizione delle competenze previste negli obiettivi didattici. D'altra parte, anche dal punto di vista della normativa, la frequenza in aula costituisce una parte dell'impegno previsto per l'ottenimento dei crediti formativi. Pertanto, il Consiglio del Corso di Studio ha raccomandato ai docenti di adottare tutte le iniziative in grado di favorire e incentivare la frequenza, prevedendo comunque le più idonee modalità di completamento della formazione per coloro che, per cause di forza maggiore, non potessero frequentare con continuità i corsi. Passaggi di cattedra Alcuni insegnamenti sono suddivisi tra due o più canali: in questi casi, gli studenti normalmente sono distribuiti in base all'iniziale del cognome per canali alfabetici. Per motivi organizzativi gli studenti sono tenuti, nel loro stesso interesse, a frequentare e a sostenere l'esame del corso al quale afferiscono in base all'iniziale del proprio cognome. Eventuali richieste di passaggio a una cattedra diversa da quella cui si afferisce devono essere motivate e inoltrate al docente di destinazione e potranno essere accolte solo se la capienza delle aule lo permette. Esami La verifica del profitto avverrà attraverso un'ideale prova di esame. Le prove di esame sono organizzate sulla base delle peculiarità degli insegnamenti (obiettivi, tipo di contenuti e specificità disciplinari). Ferma restando l'autonomia dei singoli docenti, il Consiglio di Corso di studio scoraggia l'utilizzo di test a risposta chiusa come forma esclusiva di verifica, favorendo invece l'uso di colloqui e di prove scritte con domande aperte e/o la stesura di elaborati. Per questo motivo, in base alle specifiche peculiarità, alcuni insegnamenti prevedono una prova di esame finale, prevalentemente orale o "combinata" (orale + scritto e/o orale o scritto + discussione di un project work). Altri insegnamenti prevedono una "modularità" delle forme di valutazione durante lo svolgimento dello stesso corso di lezione; valutazione di esercitazioni e/o prove intermedie; prove in itinere; esoneri progressivi, soprattutto sulle nozioni di base; test di autovalutazione; tesine; momenti di discussioni dei lavori e/o dei project works; presentazioni di papers, etc. Ciascun insegnamento indica le modalità di erogazione delle prove di esame, coerentemente con gli obiettivi formativi dell'insegnamento, e le relative modalità di valutazione. Oltre all'acquisizione dei crediti, ciascun esame dà luogo a una valutazione espressa in trentesimi. Il voto va da un minimo, pari a 18/30, a un massimo, corrispondente a 30/30; in casi di particolare merito, al voto massimo viene aggiunta la "lode". Le prove d'esame potranno svolgersi esclusivamente nei periodi stabiliti dal calendario didattico. Per ciascun insegnamento saranno offerti nel corso dell'anno otto appelli d'esame, a partire dal momento di conclusione del modulo; lo studente può scegliere liberamente in quale appello sostenere l'esame. Si fa presente che, in ogni caso, si possono sostenere le prove d'esame solo dopo che sia stato attivato e svolto il relativo corso di lezioni. Le date esatte degli appelli per i diversi insegnamenti (cioè i giorni effettivi nei quali si svolgeranno gli esami) vengono pubblicate con congruo anticipo sulla piattaforma di Ateneo Infostud. I docenti provvedono all'attivazione delle prenotazioni, che si svolgeranno esclusivamente tramite il sistema centralizzato Infostud. Sono inoltre previsti due ulteriori appelli all'anno (primavera e autunno), per determinate categorie di studenti (fuori-corso, disabili e con DSA, part-time, etc.) Ulteriori esami di profitto È possibile sostenere, per ciascun anno accademico, fino a 2 moduli didattici aggiuntivi rispetto a quelli previsti dal curriculum, per un totale di massimo 6 moduli didattici nel corso del triennio. Tali esami non concorrono al raggiungimento dei CFU previsti per il conseguimento del titolo e non fanno media, ma sono solo aggiunti alla carriera dello studente. Si potrà scegliere tra i moduli previsti dal proprio Corso di studi o tra quelli di altri Corsi di laurea del Dipartimento, della Facoltà o di altre Facoltà della Sapienza. Gli studenti iscritti al primo anno delle lauree, per poter sostenere moduli didattici aggiuntivi, dovranno prima conseguire almeno 6 cfu; gli studenti iscritti al secondo dovranno

prima conseguire almeno 36 cfu; gli studenti iscritti al terzo dovranno prima conseguire almeno 72 cfu. Solo dopo aver raggiunto tale soglia sarà possibile sostenere ulteriori esami di profitto, presentando in Segreteria Studenti l'apposita domanda secondo le indicazioni riportate nel manifesto degli studi di Ateneo. Regole per il sostenimento degli esami con un anno di anticipo Lo studente che abbia già sostenuto tutti gli esami previsti per il primo anno di corso può chiedere l'anticipo di due esami del secondo anno. Analogamente, lo studente che abbia già sostenuto tutti gli esami previsti per il secondo anno di corso può chiedere l'anticipo di due esami del terzo anno. In entrambi i casi, tale possibilità è data previa autorizzazione del Presidente del Corso di Studio e regolata dal manifesto degli studi di Ateneo. Attività a scelta L'ordinamento didattico del CdS prevede uno specifico numero di crediti formativi pari a 15 da destinare a "attività a scelta dello studente". Tali attività consistono in esami relativi a moduli attivati nei corsi di Laurea triennale del Dipartimento, della Facoltà o di altre Facoltà della Sapienza. La prenotazione e le modalità di verbalizzazione del voto degli esami sostenuti come attività a scelta dello studente sono le stesse degli altri esami previsti obbligatoriamente dal curriculum; il voto conseguito in tali esami contribuisce alla definizione della media dei voti. È importante precisare che gli studenti potranno sostenere come attività a scelta solo esami relativi a moduli previsti in Corsi di laurea triennale in tutte le Facoltà dell'Ateneo. Per l'inserimento delle attività a scelta e per la scelta tra gli esami opzionali nel proprio curriculum, gli studenti sono tenuti a compilare il Percorso formativo, accedendo alla propria pagina Infostud, e seguendo le indicazioni riportate nelle relative pagine del CdS e/o del Dipartimento. Lo/a studente, dopo l'immatricolazione, è tenuto/a alla compilazione del piano formativo per l'inserimento dei crediti a scelta e degli esami opzionali <https://web.uniroma1.it/coris/didattica/frequentare/percorso-formativo> È possibile compilare il piano di studi soltanto una volta per ciascun anno accademico, salvo casi eccezionali autorizzati dal Presidente del corso di laurea. Non è possibile richiedere modifiche dei piani durante le sessioni di esami. Riconoscimento di crediti formativi universitari È data la possibilità di riconoscere crediti formativi del corso di laurea per attività universitarie (diverse da Corsi di studio) e per attività extrauniversitarie nel limite massimo di 12 cfu come stabilito dal Regolamento didattico di Ateneo. Tale riconoscimento si riferisce a conoscenze e abilità professionali certificate ai sensi della normativa vigente, previa verifica da parte della commissione didattica delegata al riconoscimento crediti della qualità delle attività formative svolte; della congruità con gli obiettivi del corso di studi e infine dei relativi CFU. Per quanto non espressamente disposto nel presente Regolamento, si rinvia alle disposizioni contenute nel Regolamento didattico di Ateneo <https://www.uniroma1.it/it/documento/regolamento-didattico-dateneo> e nel Manifesto degli studi di Ateneo <https://www.uniroma1.it/it/pagina/regolamento-studenti>

Assicurazione qualità

Consultazioni iniziali con le parti interessate

La Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza, Università di Roma, ha organizzato lunedì 4 febbraio 2008 un incontro con le parti sociali, che ha visto la partecipazione di rappresentanti di TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti, UNICOM - Unione Nazionale Imprese di Comunicazione, ANG - Agenzia Nazionale Giovani, Confindustria, ODG - Ordine dei Giornalisti, SKY, RAI, Distretto dell'Audiovisivo, Dipartimento della Funzione Pubblica, AICP - Associazione Italiana Comunicazione Pubblica, Telecom, Forum Terzo Settore, Ministero delle Comunicazioni, Autorità di Garanzia per le Comunicazioni. I rappresentanti delle parti sociali, cui era stato inviato per conoscenza l'ordinamento didattico dei corsi di laurea, hanno espresso un parere favorevole nei confronti dell'offerta formativa della Facoltà e hanno approvato, dopo averlo visionato, il dettaglio degli insegnamenti relativo ai corsi di laurea triennale in Scienze e tecnologie della comunicazione (classe 20). Nell'incontro finale della consultazione a livello di Ateneo del 19 gennaio 2009, considerati i risultati della consultazione telematica che lo ha preceduto, le organizzazioni intervenute hanno valutato favorevolmente la razionalizzazione dell'Offerta Formativa della Sapienza, orientata, oltre che ad una riduzione del numero dei corsi, alla loro diversificazione nelle classi che mostrano un'attrattività elevata e per le quali vi è una copertura di docenti più che adeguata. Inoltre, dopo aver valutato nel dettaglio l'Offerta Formativa delle Facoltà, le organizzazioni stesse hanno espresso parere favorevole all'istituzione dei singoli corsi.

Consultazioni successive con le parti interessate

Consapevole che l'ambito dell'industria culturale è soggetto a continui mutamenti, il CdS in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20) monitora regolarmente l'andamento del mercato del lavoro e la conseguente domanda di formazione. Il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS) della Sapienza Università di Roma ha organizzato incontri periodici con professionisti provenienti da imprese e vari enti pubblici e privati, coinvolgendo rappresentanti delle professioni e associazioni di settore per avere le loro opinioni e valutazioni sui piani di studio. Dopo un primo incontro organizzato il 19/11/2015, un'altra consultazione con le parti sociali si è svolta il primo aprile 2016 e ha avuto l'obiettivo di controllare la validità delle premesse che hanno portato alla dichiarazione del carattere del CdS nei suoi aspetti culturali e professionalizzanti. All'incontro hanno partecipato rappresentanti delle organizzazioni pubbliche, private, non profit più importanti, con le quali il CdS intrattiene continui rapporti: Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FeRPI); Associazione italiana delle Agenzie di Relazioni Pubbliche (Assorel); Coordinamento Nazionale dei Centri di Servizio per il Volontariato (CSVnet); Forum del terzo settore; Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche (INAPP); Istituto di Ricerca sulla Crescita economica Sostenibile (CNR); Federazione Nazionale Stampa Italiana (FNSI); Ordine dei Giornalisti (OdG); RAI; Mediaset; Autorità di Garanzia per le Comunicazioni (AgCom), Agenzia per l'Italia Digitale (AGID). Alla luce della mappa delle professioni di riferimento, l'obiettivo della consultazione è stato quello di esaminare le aspettative sulla formazione erogata provenienti dagli ambiti lavorativi in cui si iscrivono in prevalenza i laureati del CdS in Comunicazione, Tecnologie e culture digitali (L-20); la consultazione è risultata utile per individuare punti di forza e aspetti da migliorare nella definizione delle competenze legate ai vari profili professionali. Il terzo incontro, svolto il 28/02/2018, è consistito in un workshop con gli stakeholders nell'ambito delle attività del Progetto europeo di Partenariato strategico Codes - Communication, Cultural Diversity and Solidarity; l'incontro ha occupato un'intera giornata che il Dipartimento ha dedicato al tema Media and Diversity dal titolo 'Media, organizzazioni e università di fronte al problema della diversità'. Hanno partecipato stakeholders del terzo settore, in particolare i rappresentanti delle seguenti organizzazioni: ARCI Nazionale; Lega Arcobaleno; RAI; Forum Nazionale Terzo Settore; CSVnet; Piuculture; il giornale dell'intercultura a Roma; Gnoti Lab Brand Journalism; Agenzia delle Entrate Communication; Comunicare il sociale; COSPE ONLUS; Radio Articolo 1; Roma Sette - Supplemento Avvenire; Università LILLE2 (Francia). Il brainstorming, condotto da Gaia Peruzzi, Responsabile Sapienza per il progetto Codes, si è focalizzato sulle competenze comunicative dei professionisti che operano nelle attuali società multiculturali (Report del meeting disponibile al link www.coris.uniroma1.it/stakeholders). Nel mese di aprile 2018 sono state condotte diverse interviste (via mail e attraverso registrazione video) a esponenti del mondo della comunicazione, in particolare rappresentanti di organizzazioni pubbliche e private quali RAI, OdG, Fondazione Murialdi, AgCom. In generale, in tutti gli incontri, sia in quelli più datati sia in quelli più recenti, si è registrato un giudizio complessivamente positivo dell'offerta formativa del CdS. In particolare, gli esponenti del mondo del lavoro interpellati hanno apprezzato il fatto che gli aspetti teorici e metodologici sono sufficientemente valorizzati dall'offerta formativa: è emerso il riconoscimento dell'utilità della conoscenza teorica che poi, tuttavia, deve essere applicata in esercitazioni e attività pratiche. Gli interlocutori hanno sollecitato,

rendendosi disponibili, un maggior coinvolgimento dei professionisti della comunicazione nelle lezioni. E' stato inoltre ricordato che la figura del comunicatore, in tutte le sue espressioni, e nello specifico in quella del giornalista, è in costante e rapido mutamento, soprattutto per lo sviluppo delle tecnologie digitali. A tal riguardo è stata sottolineata l'importanza che i laureati del CdS possiedano conoscenze approfondite non solo delle pratiche e delle caratteristiche del mondo digitale e dei suoi strumenti: gli intervistati ritengono ancora più importante che gli studenti acquisiscano un'elevata conoscenza dei fenomeni sociali e culturali che caratterizzano le nostre società. Tali conoscenze sono considerate indispensabili per comprendere e gestire il mutamento, ed elaborare strategie di comunicazione innovative, di alta qualità, adeguate ai bisogni delle organizzazioni e dei pubblici. In ultima analisi, nelle più recenti interviste gli interlocutori affermano che il CdS appare costruito con grande equilibrio tra le parti dedicate alla riflessione teorica (compresa la Storia) e attenzione alle nuove frontiere della comunicazione. Si richiede anche una maggiore attenzione al profilo etico, e non solo strettamente giuridico, della comunicazione. Da alcune interviste emerge anche la necessità di mantenere alto il livello di conoscenze metodologiche relative alla creazione ed elaborazione di matrici di dati. Nelle consultazioni realizzate nel mese di aprile 2018 sono emersi come punti di forza del percorso formativo l'attenzione alla dimensione dell'analisi cosiddetta qualitativa, cioè delle ricerche non standardizzate, che invece a livello internazionale appaiono penalizzate. Si rimarca l'importanza di incrementare il ricorso ai mixed methods, e si mostra apprezzamento per l'equilibrio che l'offerta formativa del CdS propone tra discipline sociologiche e non. Le conoscenze e competenze che sono emerse come cruciali per un proficuo inserimento nel mondo del lavoro riguardano: un'ottima padronanza della lingua italiana scritta e parlata; un livello di conoscenza delle lingue straniere medio-alto (prima di tutto l'inglese); lo studio accurato del diritto comunitario con particolare attenzione agli aspetti internazionali, che già sono ampiamente presenti nella nostra offerta formativa; il diritto costituzionale (fondamentale per un giornalista); gli aspetti inerenti la privacy e la tutela dei dati personali, la tutela dei diritti fondamentali della persona in internet, tutti aspetti già affrontati nelle lezioni; gli aspetti economici peculiari del mercato della comunicazione che presenta dinamiche distintive rispetto ad altri mercati. Gli stakeholders hanno inoltre suggerito di continuare a incoraggiare attività extracurricolari come stage e tirocini formativi; e di fornire agli studenti le conoscenze necessarie a padroneggiare gli strumenti informatici maggiormente utilizzati nelle aziende (tra i quali anche power point, excel e altri softwares) e nell'ambito dei social media. Alla luce di quanto emerso da queste consultazioni si ritiene che il progetto del corso di studio in Comunicazione, Tecnologie e culture digitali (L-20) sia adeguatamente strutturato al proprio interno. Gli stakeholders hanno inoltre ritenuto che le funzioni e le competenze che caratterizzano le figure professionali di riferimento sono descritte in modo adeguato e costituiscono quindi una base chiara per definire i risultati di apprendimento attesi. Essi giudicano che i risultati di apprendimento specifici e generali previsti dall'ordinamento siano coerenti con le esigenze professionali cui si sforzano di adeguarsi, per quanto lo permetta un mercato del lavoro in continua evoluzione. Gli stakeholders intervistati ad aprile 2018 ritengono quindi che le professionalità indicate dal CdS siano quelle attualmente più cercate dal mercato e che il CdS formi figure professionali con le giuste competenze di cui c'è sempre più bisogno. Una successiva consultazione con le parti sociali, svoltasi il 26 febbraio 2019, ha coinvolto alcuni componenti del Comitato di Indirizzo (ufficialmente costituito in occasione del Consiglio di Dipartimento del 21 dicembre 2017), con la partecipazione di esponenti delle organizzazioni più rappresentative pubbliche, private, non profit - con le quali il CdS intrattiene rapporti: Federazione Nazionale della Stampa Italiana; Endemol Shine Italy; Rai - Radiotelevisione Italiana; Agenzia per l'Italia Digitale; Dip DAG per le attività di comunicazione istituzionale; MEF; Director at Deloitte Financial Advisory; Cultur-e | Digital Media; Alphomega / Metaphora. Durante la consultazione si è discusso innanzitutto dell'offerta formativa (con particolare attenzione agli obiettivi formativi del CdS, in riferimento ai Descrittori di Dublino, ai risultati di apprendimento attesi e al quadro delle attività formative). Inoltre è stata prestata attenzione alla definizione dei profili professionali individuati per il CdS rispetto alle aspettative provenienti dagli ambiti lavorativi in cui si inscrivono in prevalenza i laureati del CdS in Comunicazione, Tecnologie e culture digitali (L-20). I componenti del Comitato d'Indirizzo intervenuti nella consultazione di febbraio 2019, confermando quanto già emerso nelle precedenti consultazioni, hanno inoltre sottolineato l'importanza di sviluppare conoscenze e competenze di analisi dei testi mediali nelle loro diverse componenti e la conoscenza e la capacità di gestione dei diversi linguaggi dei media, con particolare attenzione a quelli digitali. Il Comitato di indirizzo si è nuovamente riunito il 17/04/2023 e ha visto la partecipazione di rappresentanti di Confindustria RadioTelevisioni, AgCom, Anica, RAI. Tra gli ambiti disciplinari che il Comitato ha consigliato di rafforzare nell'ultimo incontro ci sono l'economia dei media e il sistema giuridico-istituzionale di riferimento per i professionisti della comunicazione, gli studi sociali della scienza e della tecnologia, l'evoluzione delle strategie di analisi e di relazione con i pubblici e le audience. Alle consultazioni del Comitato di indirizzo si affiancano costanti interazioni con gli stessi professionisti e con altri stakeholders nell'area della comunicazione, dei media, delle tecnologie e delle culture digitali, dei sistemi di informazione e delle industrie culturali. Questi vengono regolarmente coinvolti nelle lezioni per testimonianze e presentazione di casi di studio, e vengono intervistati per ottenere le loro opinioni sulla qualità dell'offerta formativa e sull'idoneità dei profili professionali formati dal CdS, in riferimento all'offerta formativa degli ultimi anni. In generale si conferma il positivo orientamento, riscontrato anche nelle consultazioni svolte negli anni precedenti e nei contatti che il CdS mantiene

con gli stakeholders, verso l'offerta formativa del CdS con l'apprezzamento per gli aspetti teorici e metodologici: è infatti emerso il riconoscimento dell'utilità delle conoscenze teoriche, con particolare riferimento ai fondamenti di storia, diritto, informatica e semiotica (discipline tutte previste tra le attività formative). Gli stakeholders hanno quindi ribadito l'importanza delle conoscenze storiche, utili a consolidare la cultura generale di base; hanno apprezzato lo spazio che l'offerta formativa del CdS riserva alla semiotica, necessaria per sviluppare ulteriormente le competenze di analisi testuale. La formazione teorica e interdisciplinare di base, la comprensione dei fenomeni sociali e culturali delle nostre e società e le conoscenze e competenze metodologiche sono state infatti individuate come leve strategiche per promuovere una capacità di analisi critica dei fenomeni sociali e culturali delle nostre società, indispensabile anche nell'esercizio delle professioni comunicative. Si ritiene che tali conoscenze forniscano le competenze utili a gestire i continui e rapidi cambiamenti che contraddistinguono i diversi ambiti delle professioni della comunicazione. Alla luce di quanto emerso, si ritiene che il progetto del corso di studio in Comunicazione, tecnologie e culture digitali (L20) sia ancora adeguatamente strutturato al proprio interno. Si contraddistingue infatti per un buon equilibrio tra conoscenze di base negli ambiti sociologico, storico, psicologico-sociale, giuridico, economico e conoscenze avanzate nei diversi ambiti della comunicazione, dei media, delle tecnologie e delle culture digitali, dei sistemi di informazione e dell'industria culturale. Si presta inoltre la dovuta attenzione agli aspetti metodologici, senza trascurare lo sviluppo delle capacità applicative delle conoscenze e competenze fornite. In generale, le consultazioni si sono rilevate fondamentali per raccogliere opinioni dal mondo del lavoro, soprattutto in un contesto in continua evoluzione. Esse hanno permesso di aggiornare le informazioni sulle funzioni e sulle competenze attese, soprattutto nell'ambito dei processi culturali, delle scienze sociali e delle tecnologie digitali. Infine, l'attualità dei profili professionali previsti per i laureati del CdS è stata controllata anche sulla base di studi di settore reperibili on line a livello nazionale, quali quelli condotti da Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche (INAPP) (<http://professionioccupazione.isfol.it>) e il Progetto Excelsior 2017 di UNIONCAMERE (<http://excelsior.unioncamere.net/>); ed a livello internazionale sulla base dell'indagine della EU 'Skill needs in Europe: Focus on 2020' (<http://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/publications/5191>). A livello nazionale, si è potuto constatare che tra le professioni più rappresentative richieste dalle imprese, anche in ambito culturale, rientrano alcune delle professioni cui il CdS prepara, tra cui: tecnici del marketing, tecnici esperti nelle applicazioni e tecnici delle pubbliche relazioni (tra le professioni tecniche); addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici (tra le professioni esecutive del lavoro di ufficio); creatori artistici a fini commerciali e giornalisti (tra le professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione).

Organizzazione e responsabilità della AQ del Cds

Il Sistema di Assicurazione Qualità (AQ) di Sapienza è descritto diffusamente nelle Pagine Web del Team Qualità consultabili all'indirizzo <https://www.uniroma1.it/it/pagina/team-qualita>. Nelle Pagine Web vengono descritti il percorso decennale sviluppato dall'Ateneo per la costruzione dell'Assicurazione Qualità Sapienza, il modello organizzativo adottato, gli attori dell'AQ (Team Qualità, Comitati di Monitoraggio, Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti, Commissioni Qualità dei Corsi di Studio), i Gruppi di Lavoro attivi, le principali attività sviluppate, la documentazione predisposta per la gestione dei processi e delle attività di Assicurazione della Qualità nella Didattica, nella Ricerca e nella Terza Missione. Le Pagine Web rappresentano inoltre la piattaforma di comunicazione e di messa a disposizione dei dati di riferimento per le attività di Riesame, di stesura delle relazioni delle Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti e dei Comitati di Monitoraggio e per la compilazione delle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca. Ciascun Corso di Studio e ciascun Dipartimento ha poi facoltà di declinare il Modello di Assicurazione Qualità Sapienza definito nelle Pagine Web del Team Qualità nell'Assicurazione Qualità del CdS/Dipartimento mutuandolo ed adattandolo alle proprie specificità organizzative pur nel rispetto dei modelli e delle procedure definite dall'Anvur e dal Team Qualità. Le Pagine Web di CdS/Dipartimento rappresentano, unitamente alle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca, gli strumenti di comunicazione delle modalità di attuazione del Sistema di Assicurazione Qualità a livello di CdS/Dipartimento.