



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "LINK CAMPUS UNIVERSITY"

Numero Registro: Decreto Rettoriale 879

IL RETTORE

- VISTA la Legge 19 novembre 1990, n. 341 e, in particolare, l'art. 11;
- VISTO lo Statuto dell'Università degli Studi "Link Campus University" pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana – Serie Generale n. 297 del 15 dicembre 2021;
- VISTO il D.M. 4 ottobre 2000 e successive modifiche e integrazioni, concernente rideterminazione e aggiornamento dei settori scientifico-disciplinari e definizione delle relative declaratorie ai sensi dell'art. 2 del D.M. 23 dicembre 1999;
- VISTO il D.M. 29 luglio 2011 recante "Determinazione dei settori concorsuali, raggruppati in macrosettori concorsuali di cui all'art. 15 della legge 30 dicembre 2010, n. 240";
- VISTO il D.M. 12 giugno 2012 concernente la "Rideterminazione dei settori concorsuali";
- VISTO il D.M. 30 ottobre 2015, n. 855 concernente la "Rideterminazione dei macrosettori e dei settori concorsuali";
- VISTO il Decreto Ministeriale 22 ottobre 2004, n. 270 – Modifiche al regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei, approvato con decreto del Ministro dell'Università e della Ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509, in particolare l'art. 11;
- VISTI i Decreti Ministeriali 16 marzo 2007 relativi alla determinazione delle classi delle lauree e delle classi delle lauree magistrali e successive modifiche e integrazioni;
- VISTO il Decreto Ministeriale 25 marzo 2021, n. 289 che definisce le linee generali di indirizzo della programmazione delle università per il triennio 2021 – 2023;
- VISTO il Regolamento Didattico di Ateneo, approvato con Decreto Ministeriale del 17 settembre 2012;
- VISTO il Decreto Ministeriale n. 1154 del 14 ottobre 2021;
- VISTE le delibere degli Organi di Ateneo relative all'approvazione degli ordinamenti didattici dei corsi di studio per l'a.a. 2022/2023;
- VISTO il parere espresso dal CUN nella adunanza del 6 aprile 2022 sull'ordinamento didattico del corso di Laurea Magistrale in Tecnologie e linguaggi della comunicazione (LM-59 – Scienze



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "LINK CAMPUS UNIVERSITY"

Numero Registro: Decreto Rettorale 879

della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità) dell'Università degli Studi "Link Campus University";

VISTO il provvedimento direttoriale trasmesso in data 8 aprile 2022;

RITENUTO compiuto il procedimento amministrativo previsto per la modifica del Regolamento Didattico di Ateneo, ai sensi della legge 19 novembre 1990, n. 341 e della legge 15 maggio 1997, n. 127;

RITENUTO necessario procedere alla modifica dell'ordinamento didattico del corso di Laurea Magistrale in Tecnologie e linguaggi della comunicazione (LM-59 – Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità) dell'Università degli Studi "Link Campus University";

DECRETA

Art. 1

L'ordinamento didattico del corso di Laurea Magistrale in Tecnologie e linguaggi della comunicazione (LM-59 – Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità) dell'Università degli Studi "Link Campus University" è modificato come da testo allegato, parte integrante del presente decreto.

Art. 2

Il presente decreto è pubblicato sul sito web dell'Università.

Art. 3

Il presente decreto entra in vigore il giorno successivo a quello della pubblicazione.

Roma, 13 aprile 2022

Il Rettore
Prof. Carlo Alberto Giusti



Università	LINK CAMPUS University
Classe	LM-59 - Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
Nome del corso in italiano	Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione <i>modifica di: Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione (1406302)</i>
Nome del corso in inglese	Technologies, Codes and Communications
Lingua in cui si tiene il corso	italiano, inglese
Codice interno all'ateneo del corso	
Data di approvazione della struttura didattica	19/02/2020
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	20/02/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	07/02/2014 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	11/04/2007
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.unilink.it/didattica/corsi-di-laurea/tecnologie-e-linguaggi-della-comunicazione
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	Sc.d' A.attiv.didatt.UNDERGRADUATE EGRADUATE
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-59 Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità

I laureati nei corsi delle lauree magistrali della classe devono:

- possedere le competenze per svolgere ruoli di responsabilità gestionale della comunicazione nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione (eventi, campagne, servizi per la stampa e pubbliche relazioni);
- possedere competenze metodologiche idonee alla realizzazione di prodotti comunicativi e campagne promozionali di enti pubblici, di imprese e di organizzazioni non profit;
- possedere abilità metodologiche idonee alla gestione dei flussi di comunicazione interna e esterna di imprese, di enti e aziende pubbliche e di organizzazioni del terzo settore;
- possedere le competenze necessarie per l'uso delle nuove tecnologie della comunicazione per la gestione dei processi di comunicazione delle imprese, delle organizzazioni pubbliche e non profit.
- possedere la padronanza scritta e orale di almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre all'italiano.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono, con funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito del management della comunicazione per la gestione aziendale, la valorizzazione delle risorse umane, l'organizzazione e la gestione di strutture per le relazioni con il pubblico, la progettazione e la realizzazione di piani di comunicazione integrata, nell'ambito di enti pubblici, non profit e delle imprese.

Ai fini indicati i curricula dei corsi di laurea magistrale della classe comprendono le seguenti competenze:

- conoscenza della lingua inglese fra i requisiti curriculari di accesso;
- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze fondamentali nei vari campi della comunicazione e dell'informazione, con riferimento anche all'analisi dei media impiegati nella comunicazione delle imprese, degli enti pubblici e non profit;
- attività dedicate all'applicazione dei metodi propri della ricerca sulla comunicazione e sulla cultura organizzativa, sulle dinamiche di gestione nelle organizzazioni e sulle caratteristiche e stili di comportamento dei pubblici;
- attività dedicate all'approfondimento delle conoscenze e delle tecniche del lavoro creativo e di promozione e gestione dei piani di comunicazione integrata.

I curricula dei corsi di laurea magistrale della classe possono prevedere attività laboratoriali e/o di stage anche nella forma di attività esterne (tirocini formativi presso enti, aziende e organizzazioni non profit, oltre a soggiorni di studio presso altre università italiane e straniere).

Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione

Le modifiche intervenute non hanno comportato l'acquisizione del preventivo parere del Nucleo di Valutazione

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

Il giorno 7 febbraio 2014, alle ore 12, presso la sede dell'Università degli Studi Link Campus University si è svolto l'incontro con i rappresentanti delle seguenti organizzazioni rappresentative a livello locale del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni:

Ordine dei Consulenti del Lavoro Consiglio Prov. di Roma
UGL di Roma
Confapi Lazio
Unimpresa
Ordine Consulenti del Lavoro
CONI

Le suddette organizzazioni sono state convocate dal Presidente del Comitato Tecnico Ordinatore dell'Università degli Studi Link Campus University, Prof. Vincenzo Scotti, ai fini dell'acquisizione del parere sull'Offerta Formativa dell'Università.

Ordine Consulenti del Lavoro ha espresso un giudizio altamente positivo sull'Offerta formativa dell'Università, con strumenti giuridiche, linguistiche di alto livello. Si auspica un riposizionamento della professione e una futura collaborazione tra le due organizzazioni.

Confapi Lazio ha espresso un giudizio positivo sull'Offerta formativa dell'Università ed in particolare sulla capacità di interloquire in ambito internazionale e la capacità di analisi trasmessi agli studenti.

Ordine Consulenti del Lavoro ha espresso grande soddisfazione per l'offerta formativa, specialmente per il connubio tra materie giuridiche e materie aziendali, che per il consulente del lavoro sono fondamentali.

CONI ha espresso un giudizio positivo per l'offerta formativa presentata specialmente per i nuovi percorsi attinenti al mondo dello sport.

UGL ha espresso soddisfazione per l'offerta formativa e per l'esigenza di dare al mondo dei lavoratori una marcia in più. Si auspica di approfondire il concetto tramite tirocini presso l'UGL e altri sindacati.



Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Visti l'art. 3 D.P.R. 27 gennaio 1998 n.25, contenente il regolamento sullo sviluppo e la programmazione, e gli artt. 2 e 3 del Decreto del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, con cui si adotta il Regolamento recante criteri e procedure per gli istituti stranieri di istruzione superiore che operano in Italia ai fini del riconoscimento del titolo di studio da essi rilasciato in attuazione dell' art.4 della legge 11 luglio 2002, n. 148; considerato il proprio precedente parere del 19 luglio 2006; vista la documentazione aggiuntiva inviata dagli istanti ad integrazione di quella precedentemente rimessa; il Comitato Regionale di Coordinamento delle Università del Lazio; viste le note della direzione generale per l'università - ufficio IX del Ministero dell'Università e della Ricerca, 16 ottobre 2006, prot. n. 1708 e 8 novembre 2006, prot. n. 1965, con le quali si trasmetteva documentazione aggiuntiva riguardante la Link Campus University of Malta, operante in Italia, ai fini del riconoscimento dei titoli di studio da essa rilasciati ai sensi dell'art. VI.5 della Convenzione di Lisbona 11 aprile 1997, relativo al riconoscimento dei titoli di studio relativi all'insegnamento superiore nella regione europea, ratificata e resa esecutiva con legge 11 luglio 2002 n. 148; sentito il relatore: per quanto di competenza esprime, sulla base della documentazione esibita, parere positivo circa la sussistenza dei requisiti richiesti in ordine all'adeguatezza delle strutture edilizie, strumentali, didattico-scientifiche e adeguati servizi agli studenti.

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il corso di laurea magistrale in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione ha l'obiettivo di formare laureati magistrali in grado di operare come agenti di cambiamento nel campo della comunicazione e dell'innovazione digitale, in aziende sia pubbliche che private, e a diversi livelli di complessità. Innovazione e comunicazione digitale rappresentano l'asset strategico della trasformazione socio-economica determinata dalla tripla transizione digitale, ecologica e culturale.

La pandemia ha richiesto uno sforzo straordinario su questo versante spingendo le organizzazioni, grandi e piccole, a investire su sistemi digitali strutturati ed integrati, ponendo in primo piano la questione della ri-progettazione, ri-pensamento, ri-organizzazione, coordinamento, comunicazione, monitoraggio e produttività del lavoro e dei sistemi sociali in chiave digitale.

Questo ripensamento radicale dei sistemi socio-tecnici richiede la formazione di profili in grado di gestire processi di ristrutturazione, allestimento e arredo degli ambienti, fisici e virtuali, per un'esperienza di lavoro e di consumo digitalizzata in tutte le sue dimensioni, e attenta agli spazi di sviluppo che si delineano nell'ambito della social innovation.

Padroneggiare i nuovi linguaggi, strumenti e ambienti comunicativi e digitali diventa, quindi, un vantaggio competitivo cruciale.

Il CdLM in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione intende fornire:

- le competenze per svolgere ruoli di elevata responsabilità gestionale dei processi informativi e comunicativi nelle aziende, nelle istituzioni e nelle amministrazioni, negli enti pubblici, nelle organizzazioni non profit e nelle agenzie professionali che realizzano pubblicità e prodotti di comunicazione
- le competenze teorico-metodologiche necessarie alla realizzazione di prodotti comunicativi di vario tipo;
- le abilità teorico-metodologiche idonee alla gestione dei flussi informativi, comunicativi e documentali;
- le competenze necessarie per l'uso delle nuove tecnologie digitali per la gestione dei processi di comunicazione integrata.

Il corso è articolato in due curricula di cui uno integralmente in italiano e uno contenente insegnamenti obbligatori offerti esclusivamente in lingua inglese.

Il corso si propone di formare specialisti nelle principali aree di apprendimento pertinenti agli studi dell'innovazione e comunicazione digitale (classe LM-59).

Con particolare riguardo a tale aspetto, il CdS si prefigge di formare figure professionali specialistiche nelle aree riguardanti:

- la creazione e lo sviluppo di servizi, applicazioni e strumenti per l'INTERACTION DESIGN
- l'analisi strategica e operativa finalizzata al design dei servizi digitali (Service Designer)
- l'analisi strategica e operativa per il design dell'esperienza dell'utente all'interno di ambienti/servizi/processi digitali (User Experience Design o UX Designer)
- la progettazione, la direzione, la gestione e la valutazione di processi di trasformazione e innovazione digitale
- la comunicazione digitale e integrata per accompagnare l'innovazione sul piano della comunicazione pubblica e/o di quella d'impresa, con particolare disposizione alla progettazione e sviluppo di nuovi formati/ambienti comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione
- la progettazione, la direzione, la gestione, la comunicazione e la valutazione per il settore videoludico.

Il percorso formativo si articola in due anni accademici.

In entrambi i curriculum, nel corso del primo anno vengono fornite le conoscenze fondamentali legate a tutte le aree disciplinari pertinenti alla classe di laurea LM59.

Il secondo anno si prevede una scelta di indirizzo nel piano di studi, al fine di professionalizzare maggiormente i due profili mediante:

- attività di formazione specifica del curriculum prescelto dallo studente;
- attività opzionali a libera scelta dello studente;
- attività integrative (facoltative) a scelta dello studente;
- lo svolgimento del tirocinio curriculare obbligatorio presso aziende ed enti convenzionati;
- la redazione e discussione del lavoro di tesi.

In entrambi i curriculum, i percorsi teorici sono completati da numerose esperienze laboratoriali che contribuiscono sia allo sviluppo di abilità pratiche che all'apprendimento di tecniche e strumenti utili a completare il profilo professionalizzante degli studenti e per avvicinarli al mondo del lavoro.

Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

In merito ai settori delle attività affini si riportano di seguito

- ING-INF/04 - Automatica
- ING-INF/05 - Sistemi di elaborazione delle informazioni
- IUS/20 - Filosofia del diritto
- L-ART/05 - Discipline dello spettacolo
- L-ART/06 - Cinema, fotografia e televisione
- M-FIL/02 - Logica e filosofia della scienza
- M-PED/03 - Didattica e pedagogia speciale
- MAT/01 - Logica matematica
- SECS-P/06 - Economia applicata
- SPS/07 - Sociologia generale
- SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7).

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il percorso formativo consentirà allo studente che completerà il ciclo con profitto di acquisire un quadro solido di conoscenze in ambito sociologico, psicologico, economico e giuridico.

In ordine al percorso professionalizzante, scelto al secondo anno, i laureati magistrali saranno in grado di elaborare e/o applicare soluzioni innovative in differenti contesti organizzativi, collaborando in team multidisciplinari e in sistemi complessi, anche nell'ambito della ricerca, padroneggiando le conoscenze necessarie allo sviluppo di servizi e/o applicativi e quelle per operare come agenti di cambiamento in contesti organizzativi complessi.



Gli obiettivi formativi del corso sono conseguiti attraverso lezioni frontali, laboratori, esercitazioni e seminari previsti negli insegnamenti relativi alle attività formative di base e caratterizzanti.

Gli insegnamenti affini e integrativi del biennio concorrono ad ampliare il raggio delle conoscenze e a inserire alcune competenze ritenute necessarie per la comprensione approfondita dei contesti aperti e complessi che caratterizzano le diverse pratiche di comunicazione, sia quella di 'taglio' tradizionale che quella emergente, nei diversi contesti di riferimento.

Il titolo di laurea magistrale sarà pertanto conferito a studenti che dimostrino:

- a) di padroneggiare i linguaggi e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione integrata di rete
- b) di aver sviluppato un adeguato quadro teorico-metodologico per l'analisi e la comprensione dei sistemi complessi e delle relative interazioni tra tutti gli elementi che li compongono
- c) di avere una approfondita conoscenza delle scienze umane e sociali e dei sistemi socio-tecnici.

I risultati di apprendimento saranno verificati attraverso lo svolgimento di test, prove di esame scritte e orali e lo svolgimento di project work individuali e/o di gruppo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

I laureati magistrali in "Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione" saranno in grado di risolvere problemi in ambiti nuovi e/o non familiari, all'interno di situazioni e contesti ampi, complessi e interdisciplinari.

Gli studenti che conseguiranno con profitto il titolo di laurea magistrale saranno in grado di:

- a) applicare le loro conoscenze e competenze nell'uso dei linguaggi e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, facendo specifico riferimento alle dimensioni economiche, organizzative e gestionali, culturali e teoriche che concorrono alla trasformazione socio-economiche, determinate dall'innovazione digitale;
- b) progettare, acquisire, gestire, ordinare, analizzare e valutare basi di dati informativi e documentali;
- c) progettare, gestire, analizzare e valutare piani e sistemi di comunicazione integrata;
- d) progettare, sviluppare, gestire, organizzare, valutare contenuti multimediali;
- e) sostenere e argomentare idee e tematiche generali e specifiche nei diversi campi della comunicazione e, quindi, a risolvere problemi conseguenti alle dimensioni concrete delle loro applicazioni istituzionali e innovative;
- f) adottare e dimostrare approcci professionali corrispondenti ai percorsi formativi della comunicazione e delle teorie della comunicazione con specifico collegamento ai processi di produzione, ai vari mercati della comunicazione e alle forme di organizzazione delle tipologie di lavoro corrispondenti.

Lo studente potrà approfondire le proprie conoscenze ed iniziare ad applicare le competenze apprese grazie ad attività di stage periodicamente organizzate con aziende e organizzazioni nel settore della comunicazione e dell'industria culturale; dello sviluppo di servizi e applicativi digitali; con organizzazioni pubbliche, private o del terzo settore interessate allo sviluppo di piani di comunicazione integrati e processi di dematerializzazione e riprogettazione dei processi e dei servizi.

La verifica del raggiungimento di tali capacità e competenze è ottenuta mediante valutazioni in itinere (che concorre nella valutazione finale) basate sulla realizzazione di esercizi, casi di studio, attività di laboratorio, simulazioni di situazioni di lavoro individuali o di gruppo, valutazione di best practices e casi di successo, elaborazione di analisi di settore.

Farà parte della valutazione finale anche la partecipazione alle attività integrative facoltative connesse ad attività di ricerca e di progetto coerenti con i profili formativi in uscita

Autonomia di giudizio (making judgements)

Le capacità sviluppate dal Corso consentono di formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera indipendente il proprio giudizio sullo stato effettivo dei processi di comunicazione; di lavorare per obiettivi e procedere per problem solving; di padroneggiare metodologie di ricerca e strumenti per l'analisi dei dati; di apprezzare strategie di marketing e di costruzione semiotica di testi verbo-visuali. Inoltre il Laureato dovrà essere in grado di analizzare criticamente gli effetti dei mass media sulle varie dimensioni dell'agire sociale; esercitare autonomia di giudizio nel valutare e quantificare il risultato delle azioni comunicative; valutare e scegliere le strategie comunicative più idonee a un determinato prodotto culturale; acquisire strumenti metodologici e di analisi critica dei testi multimediali, nelle loro diverse forme, nei loro mezzi di espressione e di manifestazione, nel loro profilo normativo, psicologico, sociologico.

Per raggiungere tale obiettivo si favorisce una visione interdisciplinare dei temi trattati, pur nel rispetto dei settori scientifico-disciplinari previsti dalla classe, stimolando lo studente attraverso lo svolgimento di esercitazioni, di lavori di gruppo e di laboratori su argomenti caratterizzati da una significativa complessità cimentandosi in attività di problem-solving e decision-making.

In generale, saranno massimizzate le occasioni di confronto tra studenti e docenti.

In particolare, queste capacità saranno acquisite attraverso esercitazioni, attività laboratoriali e l'approfondimento di specifici ed esemplari casi di studio della comunicazione pubblica e d'impresa, tese a favorire il confronto di vari e anche conflittuali modelli teorici, nonché a misurare la valutazione specifica di pratiche di comunicazione implementate nei diversi apparati tecnologici ed espressivi, specialmente di quelli fortemente marcati dall'innovazione.

L'autonomia di giudizio acquisita dagli studenti sarà verificata mediante gli esami e le prove intermedie di valutazione scritte e orali, le relazioni e gli elaborati frutto delle attività seminariali e di workshop. Costituirà pure elemento importante per la valutazione dell'autonomia di giudizio la prova che lo studente complessivamente fornirà nel corso della tesi di laurea, al cui valore formativo si assegna grande importanza.

Abilità comunicative (communication skills)

Il Laureato svilupperà la capacità di veicolare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto; lavorare in gruppo e saper interagire con altre figure professionali; condividere con i gruppi di riferimento i risultati delle proprie analisi e ricerche; saper utilizzare abilità linguistiche orali e scritte nelle lingue e nei codici linguistici multimediali.

A partire dalla padronanza dei linguaggi e degli alfabeti specifici delle diverse discipline, il Laureato sarà in grado di progettare, produrre e distribuire testi creativi e di supporto; saper redigere rapporti sui media con linguaggio tecnico e consapevolezza di metodo; conoscere e sviluppare piani di promozione e comunicazione di un evento culturale; possedere abilità di progettazione, realizzazione e direzione di servizi e prodotti multimediali.

Queste competenze linguistiche, visive, audiovisive, manageriali, organizzative, ecc. saranno acquisite con la specifica produzione e lo sviluppo di prototipi applicativi, nei diversi settori della comunicazione, e con la progettazione e la realizzazione concreta di oggetti e prodotti in cui il sapere teorico sia misurabile e valutabile nel suo profilo strategico e innovativo, e ciò sia attraverso attività prevalentemente laboratoriali sia con tirocini e stage.

A tal fine, inoltre, verranno organizzati frequenti attività seminariali e incontri con testimoni esterni operanti in ambiti professionali coerenti con il piano di studio. L'effettiva acquisizione da parte dello studente di un linguaggio e degli strumenti tecnici utili ad interfacciarsi con gli ambienti di diversa natura sarà oggetto di periodica valutazione in sede di esame (principalmente in occasione di presentazione dei lavori individuali e di gruppo organizzati all'interno di ciascuna classe) e attentamente valutata in occasione della discussione dell'elaborato finale.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il Laureato magistrale in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione deve essere in grado di sviluppare capacità di apprendimento necessarie a intraprendere ricerche e progettazione di formati innovativi di comunicazione, con elevato grado di autonomia, nei settori diversi della comunicazione.

I Laureati, inoltre, dovranno avere le capacità di apprendere e rielaborare concetti e tecniche, con rigore metodologico e approccio critico al fine di consentire loro un proficuo inserimento nel mondo del lavoro, la frequentazione di master o la prosecuzione degli studi di ricerca.

Le capacità di apprendimento saranno tese a progettare ambiti di ricerca generale e specifica nei vari settori della comunicazione, con una particolare attenzione ai gradi innovativi e alle variabili emergenti nelle tecnologie della comunicazione in rete.



Queste capacità saranno promosse e sviluppate sia attraverso la partecipazione ai corsi d'insegnamento istituzionale del biennio sia tramite attività formative, studi di casi e laboratori e, soprattutto, nella preparazione e stesura della prova finale, che deve essere configurata come una tesi magistrale su un tema specifico.

Per attestare il raggiungimento di tali abilità, saranno utilizzati strumenti di verifica a conclusione dei singoli corsi, con metodologie convenzionali (esame di profitto in forma orale o scritta) e innovative come project work individuali e di gruppo.

Conoscenze richieste per l'accesso **(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)**

Per essere ammessi al corso di laurea magistrale in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione è necessario essere in possesso della laurea, del diploma universitario di durata triennale, di un titolo di studio riconosciuto idoneo a norma di leggi speciali ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

L'accesso al Corso di Laurea magistrale prevede il possesso della laurea triennale nella classe L-20 scienze della comunicazione.

I requisiti richiesti per l'ammissione alla Laurea Magistrale sono accertati automaticamente per gli studenti che abbiano acquisito un diploma di laurea nelle seguenti classi:

L-3. Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda

L-11. Lingue e culture moderne

L-36. Scienze politiche e delle relazioni internazionali

L-18. Scienze dell'economia e della gestione aziendale

L-16. Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione

Oppure che abbiano conseguito il titolo di Laurea Magistrale in una delle seguenti classi

LM-18 Informatica

LM-19 Informazione e sistemi editoriali

LM-32 Ingegneria informatica

LM-43 Metodologie informatiche per le discipline umanistiche

LM-78 Scienze filosofiche

LM-92 Teorie della comunicazione

Tuttavia, il CdS di LM in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione punta a intercettare studenti provenienti anche da altri ambiti disciplinari e interessati ad approfondire i processi di sviluppo determinati dalle trasformazioni digitali.

L'accesso al CdS di LM può quindi riguardare anche coloro che sono in possesso di laurea triennale in altre classi, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo, o di laurea relativa al previgente ordinamento quadriennale, purché abbiano acquisito, secondo una specifica ripartizione almeno 75 CFU (in corsi di laurea o di laurea magistrale, o attraverso corsi singoli) nei seguenti settori scientifico disciplinari definiti all'art. 2 del

Regolamento Didattico del Corso di Studio

- almeno 27 crediti nel SSD SPS/08

- almeno 18 crediti nel SSD SECS-P/06 e/o nel SSD SECS- S/01

- almeno 9 crediti nel SSD L/ART 06 e/o nel SSD L/ART /05

- almeno 9 crediti nel SSD SPS/07

- almeno 9 crediti nel SSD INF/01 e/o nel SSD ING-INF/05

Si richiede la conoscenza della lingua inglese pari almeno al livello B1, per gli insegnamenti erogati in inglese la conoscenza della lingua deve essere pari almeno al livello B2.

Caratteristiche della prova finale **(DM 270/04, art 11, comma 3-d)**

La prova finale consiste nella discussione, davanti ad una apposita commissione, di una tesi di laurea scritta, redatta in modo originale dallo studente sotto la guida di un relatore, da consegnarsi in formato elettronico ed eventualmente anche in forma cartacea all'Ufficio Accademico. L'elaborato presentato e la relativa discussione dovranno dimostrare che il candidato ha acquisito la padronanza degli strumenti analitici appresi nel corso di studio. La tesi è redatta in lingua italiana o inglese.



Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

CURRICULUM INTERACTION DESIGN Esperto nel design dei servizi (Service Designer)

funzione in un contesto di lavoro:

L'ESPERTO NEL DESIGN DEI SERVIZI (Service Designer) progetta, organizza, e gestisce persone, infrastrutture e strategie comunicative di un servizio, con l'intento di migliorare l'interazione tra cliente e attività.

Il Service Designer si focalizza sull'utente e la sua esperienza nel corso della sua navigazione/fruizione del servizio/prodotto digitale, garantendo un approccio centrato sull'utilizzatore.

Obiettivo primario del Service Designer è quello di migliorare i servizi/prodotti partendo dai bisogni e i desideri del cliente/user, sperimentando nuovi approcci per progettare per, e con, lui una esperienza di uso efficace, considerando sempre la persona al centro di ogni processo di innovazione tecnologica.

Il Service Designer si basa quindi su un approccio sistemico, con lo scopo di progettare le interazioni in un'ottica olistica, considerando l'insieme, con la possibilità di adeguare l'andamento generale anche in corso d'opera, secondo una logica di miglioramento e adattabilità continui, in relazione all'evoluzione del sistema.

Questi esperti acquisiscono competenze tali da poter coprire funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito del management di team impegnati nello sviluppo di applicazioni e servizi innovativi ad elevato contenuto tecnologico, nella promozione e nel marketing dei prodotti digitali, nella valutazione dell'esperienza dell'utente in contesti digitali/interattivi.

competenze associate alla funzione:

Il Service Designer alla fine del percorso esercita le seguenti competenze:

SPECIALISTICHE

- strategia e desktop research per analizzare il contesto, l'utenza e l'impatto
- progettare-prodotti servizi e applicazioni interattivi digitali
- analisi e comprensione dell'insieme socio-tecnico
- competenze digitali avanzate
- linguaggio informatico di base (codice)
- gestione ciclo di vita prodotto/processo
- project management
- people management
- applicazioni di grafica e prototyping
- metodologie di partecipazione attiva (es. design thinking)

TRASVERSALI

- dialogo interprofessionale
- capacità di lavorare in team interdisciplinari
- flessibilità
- problem solving
- problem setting
- capacità di comunicazione

sbocchi occupazionali:

Enti pubblici, aziende private, centri di ricerca, attività professionale e consulenziale, spin off aziendali, start up auto-imprenditoriali

- service designer
- interaction designer
- web & mobile designer
- digital strategist

CURRICULUM INTERACTION DESIGN Esperto nel design dell'esperienza dell'utente (User Experience Design o UX Designer)

funzione in un contesto di lavoro:

L'ESPERTO NEL DESIGN DELL'ESPERIENZA dell'utente garantisce che la fruizione di un prodotto/servizio da parte del consumatore risulti facile, accessibile e piacevole. Compiti principali dello UX designer vanno dalla individuazione del target, alla capacità di comunicazione del messaggio.

A questo esperto di progettazione dell'esperienza/fruizione del cliente è richiesto di eseguire interviste, test, analizzare statistiche, raccogliere informazioni sugli utenti, analizzare comportamenti, caratteristiche, preferenze e dati personali utili alla personalizzazione dei prodotti/servizi.

competenze associate alla funzione:

L'esperto nel design dell'esperienza dell'utente alla fine del percorso esercita le seguenti competenze:

SPECIALISTICHE

- progettare-prodotti servizi e applicazioni interattivi digitali
- progettare, sviluppare, testare e valutare l'esperienza dell'utente in contesti digitali/interattivi
- analisi e comprensione del sistema socio-tecnico
- competenze digitali avanzate
- linguaggio informatico avanzato
- sviluppare i touchpoints digitali di servizio
- applicazioni di grafica e prototyping

TRASVERSALI

- dialogo interprofessionale
- capacità di lavorare in team interdisciplinari
- flessibilità
- problem solving
- pensiero critico
- conoscenza dell'inglese fluente

sbocchi occupazionali:

Enti pubblici, aziende private, centri di ricerca, attività professionale e consulenziale, spin off aziendali, start up auto-imprenditoriali. I ruoli che possono essere ricoperti sono, ad esempio:

- interaction designer
- user experience designer
- community manager

CURRICULUM INTERACTION DESIGN Innovation Manager

funzione in un contesto di lavoro:

Il profilo DELL'INNOVATION MANAGER è un facilitatore di processi in grado di far dialogare, mediare e integrare la dimensione tecnico-informatica con quella gestionale-organizzativa (norme, processi, sistema, comunicazione ecc.). L'Innovation Manager è un



professionista in grado di accompagnare l'accelerazione tecnologica e guidare la trasformazione di organizzazioni, processi e contesti mediante la progettazione e lo sviluppo di applicazioni e servizi innovativi ad elevato contenuto tecnologico. Per lo svolgimento delle funzioni descritte è necessaria una formazione multidisciplinare capace di integrare conoscenza tecnica, conoscenza metodologica a supporto dei processi di analisi e di scouting, conoscenza dei cambiamenti introdotti dalla trasformazione digitale nei processi organizzativi e comunicativi. Sono, altresì, richieste competenze trasversali di tipo relazionale, gestionale, di progettazione e organizzazione; oltre a capacità di auto-direzione e auto-apprendimento, in accordo con il livello di autonomia e responsabilità connessi al ruolo.

competenze associate alla funzione:

L'Innovation Manager, al completamento del suo percorso di studi esercita le seguenti capacità:

SPECIALISTICHE

- progettare e realizzare percorsi di analisi dei bisogni e dei trend emergenti
- progettare, realizzare, coordinare e valutare processi di trasformazione digitale in diverse situazioni e contesti
- pensiero complesso
- progettazione, sviluppo, testing e valutazione di soluzioni per la trasformazione digitale
- change management
- competenze organizzative
- project management
- people management

TRASVERSALI

- dialogo interprofessionale
- capacità di lavorare in team interdisciplinari
- flessibilità
- problem solving
- problem setting
- pensiero complesso
- creatività
- comunicazione efficace e capacità di ascolto
- diversity management
- multiculturalità

sbocchi occupazionali:

L'Innovation Manager può operare in diversi settori e tipologie di organizzazioni quali gli enti della pubblica amministrazione nelle sue diverse articolazioni (nazionale, regionale, territoriale) nelle organizzazioni non profit, nel terzo settore e nelle aziende, anche come professionista e consulente. I ruoli che possono essere ricoperti, ad esempio, sono:

- community manager
- innovation manager
- account manager
- digital strategist

CURRICULUM INTERACTION DESIGN Esperti nel campo della comunicazione digitale e integrata

funzione in un contesto di lavoro:

Il profilo DELL'ESPERTO NEL CAMPO DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE E INTEGRATA è figura strategica per l'ammodernamento della PA e di ogni organizzazione che si confronta con la transizione digitale, la riorganizzazione dei processi, la dematerializzazione e la riprogettazione dei sistemi/rapporti di lavoro online.

L'esperto nel campo della comunicazione digitale e integrata è un professionista in grado di accompagnare l'innovazione sul piano della comunicazione pubblica e/o di quella d'impresa, con particolare disposizione alla progettazione e sviluppo di nuovi formati/ambienti comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione.

Tale professionista vanta una vasta cultura di base, una spiccata capacità di accesso, selezione e interpretazione critica delle informazioni, oltre alla capacità di comprendere e muoversi in ambienti complessi e diversificati.

Le principali funzioni connesse al profilo professionale in uscita sono sintetizzabili in:

- Pianificazione, strategia e definizione degli obiettivi
- Sviluppo della brand awareness e gestione della reputazione online
- Customer value proposition (valore proposto al cliente)
- Creazione di contenuti
- Generazione di traffico in entrata
- Analytics contatti e supporto alle vendite
- Progettazione e gestione di community e ambienti digitali
- Ricerca sociale e analisi dei contenuti

competenze associate alla funzione:

L'esperto nel campo della comunicazione digitale e integrata, al completamento del suo percorso di studi, esercita le seguenti capacità:

SPECIALISTICHE

- ideare, progettare, realizzare e disseminare contenuti comunicativi diversificati, in relazione a differenti target e contesti e per mezzo di molteplici canali e strumenti, ivi compresi quelli digitali e mass media;
- progettare, organizzare, coordinare e gestire interventi volti alla valorizzazione di beni e risorse riconducibili al variegato panel di possibilità che si sviluppano nello spazio dell'industria culturale,
- progettare, coordinare, organizzare e realizzare, in autonomia, o in collaborazione, contenuti per i tradizionali circuiti informativi, diffusivi e culturali (giornali, editoria, cinema, teatro, radio, televisione, nuovi media);
- progettare, coordinare, organizzare e realizzare, in autonomia o in collaborazione, di contenuti legati al business.
- analisi del contenuto
- competenze digitali avanzate

TRASVERSALI

- competenze relazionali,
- organizzative
- comunicative e interculturali

sbocchi occupazionali:

L'esperto nel campo della comunicazione digitale e Integrata può operare in diversi campi e organizzazioni:

- comunicazione e marketing digitale, (web e dei social media),
- informazione, editoria, giornalismo,
- produzione di contenuti e servizi destinati alla filiera dell'industria culturale (industrie televisive, radiofoniche e dell'intrattenimento della pubblicità, nelle sue differenti declinazioni).



- ambito organizzativo e professionale/consulenziale come esperti della comunicazione digitale e integrata nel settore privato, pubblico o del terzo settore.

CURRICULUM Game Development, Marketing e Comunicazione PROFILO Esperto progettista di soluzioni videoludiche

funzione in un contesto di lavoro:

I laureati magistrali in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione, Curriculum Gaming, acquisiscono competenze tali da poter coprire funzioni di elevata responsabilità, nell'ambito del management di team impegnati nello sviluppo di applicazioni e servizi connessi al settore videoludico.

competenze associate alla funzione:

Alla fine del loro percorso i laureati nel curriculum Gaming avranno acquisito:

- conoscenze metodologiche, a livello di management, idonee alla progettazione, organizzazione e gestione dei contenuti videoludici
- capacità di svolgimento di compiti di elevata responsabilità, organizzativi e gestionali, nelle agenzie di sviluppo e diffusione dei contenuti videoludici
- conoscenze degli strumenti tecnici e tecnologici per la progettazione e la realizzazione dei contenuti videoludici

sbocchi occupazionali:

- esperto nella gestione dei canali digitali per la comunicazione e il marketing; interaction designer;
- user experience designer;
- art director;
- graphic designer;
- web & mobile designer;
- consulente della comunicazione digitale per l'ambito videoludico;
- game designer;
- esperto di gestione della localizzazione del prodotto videoludico
- esperto di marketing per la promozione e distribuzione del prodotto videoludico;
- esperto comunicatore per le testate giornalistiche del settore videoludico;
- organizzatore di eventi promozionali e fiere dedicate al prodotto videoludico.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
- Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 il'2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	IUS/01 Diritto privato IUS/04 Diritto commerciale SECS-P/06 Economia applicata SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SECS-S/01 Statistica SECS-S/03 Statistica economica SECS-S/05 Statistica sociale SPS/07 Sociologia generale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	30	40	30
Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	ICAR/13 Disegno industriale ICAR/17 Disegno INF/01 Informatica ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni L-LIN/01 Glottologia e linguistica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi M-PSI/05 Psicologia sociale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	18	30	18
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		48		

Totale Attività Caratterizzanti



Attività affini

ambito disciplinare	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
	min	max	
Attività formative affini o integrative	12	18	12

Totale Attività Affini	12 - 18
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare	CFU min	CFU max	
A scelta dello studente	8	15	
Per la prova finale	15	15	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	3	6
	Abilità informatiche e telematiche	5	7
	Tirocini formativi e di orientamento	-	-
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	5	5
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		13	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	6	6	

Totale Altre Attività	42 - 54
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	102 - 142

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

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti : ING-INF/05 , SECS-P/06 , SPS/07 , SPS/08)

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

Si aggiungono nei due ambiti caratterizzanti alcuni settori già previsti nell'ordinamento nazionale della LM 59 e importanti per i due curricula della laurea magistrale;

RAD chiuso il 28/02/2022

