



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI “LINK CAMPUS UNIVERSITY”

Numero Registro: Decreto Rettoriale 521

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” approvato con D.M. 30 marzo 2012 e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana – Serie Generale n. 87 del 13 aprile 2012 e successive modifiche e integrazioni;
- 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 alle determinazioni delle classi delle lauree e delle classi delle lauree magistrali e successive modifiche e integrazioni;
- VISTO il Decreto Ministeriale 25 ottobre 2019, n. 989 che definisce le linee generali di indirizzo della programmazione delle università per il triennio 2019 – 2021;
- VISTO il Regolamento Didattico di Ateneo, approvato con Decreto Ministeriale del 17 settembre 2012;



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "LINK CAMPUS UNIVERSITY"

Numero Registro: Decreto Rettoriale 521

- VISTO il Decreto Ministeriale n. 6 del 7 gennaio 2019;
- VISTE le delibere degli Organi di Ateneo relative all'approvazione degli ordinamenti didattici dei corsi di studio per l'a.a. 2020/2021;
- VISTI i pareri espressi dal CUN nelle adunanze del 2 aprile 2020 e del 30 aprile 2020 sull'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";
- VISTO il provvedimento direttoriale trasmesso in data 4 maggio 2020;
- 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 ed è affisso sulle bacheche di Ateneo.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "LINK CAMPUS UNIVERSITY"

Numero Registro: Decreto Rettorale 521

Art. 3

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

Roma, 5 maggio 2020

Il Rettore
Prof. Claudio Roveda

A handwritten signature in blue ink that reads 'Claudio Roveda'.



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>adeguamento di: Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione (1404949)</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	http://comunicazionedigitale.unilink.it/
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 nel campo della comunicazione in aziende e pubbliche amministrazioni nonché professionisti in grado di ideare e realizzare contenuti, prodotti e servizi destinati alle industrie radiofoniche, televisive, cinematografiche, audiovisive, dell'editoria multimediale e soprattutto del mondo della produzione di applicazioni e servizi digitali.

L'impostazione del percorso formativo si fonda sulla consapevolezza che la complessità raggiunta dalla dimensione comunicativa mediata da tecnologie digitali conferisce al primo assioma di Paul Watzlawick "non si può non comunicare" una più ampia portata. In questo contesto, ogni gesto performato assume valore comunicativo in quanto tale e, soprattutto, lascia una traccia, un residuo, più o meno digitale, fatto di dati e informazioni che vanno ad alimentare l' "information pollution" con cui quotidianamente ci confrontiamo.

Padroneggiare i nuovi linguaggi e le nuove metafore comunicative diventa, quindi, un vantaggio competitivo cruciale. Trasferire queste competenze è l'obiettivo del Corso di laurea magistrale in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione.

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

Il percorso si articola in due diversi curricula, descritti a seguire:

- Interaction Design
- Game Development, Marketing And Communication

Curriculum Interaction Design

Il percorso formativo integra in maniera sinergica insegnamenti tecnico-specialistici e umanistici per garantire agli studenti una preparazione altamente interdisciplinare.

Le attività formative sono pensate per offrire una solida formazione sul piano teorico nel settore della comunicazione, con particolare riferimento ai processi sociologici e ai linguaggi dei media.

Le numerose esperienze laboratoriali, inoltre, contribuiscono allo sviluppo di abilità pratiche finalizzate all'apprendimento di tecniche e strumenti, utili per completare il profilo formativo degli studenti.

Durante il secondo semestre del secondo anno per gli studenti è obbligatorio uno stage professionale presso aziende, enti, o agenzie di comunicazione.

I laureati magistrali potranno proporsi sia presso il settore pubblico e che presso il mondo dell'impresa per ricoprire ruoli quali:

Consulente della comunicazione e del marketing digitale;
Autore ed editor di contenuti nel campo delle produzioni audiovisive, multimediali e trans-mediali;
Progettista di prodotti e servizi interattivi;
Interaction Designer;
User Experience Designer;
Art Director;
Web & Mobile Designer, esperto nella creazione e implementazione di soluzioni destinate a piattaforme web, mobile ed ubiquie.

Potranno inoltre utilizzare le conoscenze e le competenze maturate nel loro percorso di studi iniziare un proprio percorso imprenditoriale nei diversi settori della comunicazione, della cultura e della creatività.

Curriculum Game Development, Marketing e Comunicazione

Il percorso formativo intende fornire dapprima le basi teoriche e pratiche relative all'ambito disciplinare della comunicazione e ai linguaggi dei media digitali e interattivi. Si focalizza quindi sul complesso pool di conoscenze tecniche, scientifiche, artistiche e produttive necessarie all'inserimento professionale nell'ambito della critica, della comunicazione, del marketing e dello sviluppo di prodotti di intrattenimento interattivo.

Le attività formative prevedono diverse esperienze laboratoriali per lo sviluppo delle abilità tecnico-pratiche. È prevista inoltre la partecipazione di professionisti del settore che condivideranno con gli studenti la loro esperienza sì da garantire una formazione focalizzata sulle esigenze del mercato.

Durante il secondo semestre del secondo anno per gli studenti è obbligatorio uno stage professionale presso aziende, editori, case di distribuzione dell'ambito videoludico.

I laureati magistrali potranno ricoprire diversi ruoli nella filiera di produzione del videogioco, quali:

Consulente della comunicazione digitale per l'ambito videoludico;
Game Designer;
User Experience Designer, per la progettazione dell'esperienza utente nelle declinazioni crossmediali del gioco;
Esperto di gestione della localizzazione del prodotto videoludico
Transmedia Storyteller
Esperto di marketing per la promozione e distribuzione del prodotto;
Esperto comunicatore per le testate giornalistiche di settore;
Organizzatore di eventi promozionali e fiere dedicate.

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)

Gli obiettivi formativi del corso sono conseguiti attraverso lezioni frontali, esercitazioni e seminari previsti negli insegnamenti relativi alle attività formative, caratterizzanti, affini, integrative e corsi a scelta libera dello studente.

Le conoscenze in ambito sociologico, psicologico, informatico, economico e giuridico saranno acquisite in particolare attraverso gli insegnamenti caratterizzanti del percorso biennale.

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 in forma innovativa.

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

- a) di possedere conoscenze superiori e magistrali nelle discipline dei linguaggi e delle tecnologie della comunicazione;
- b) di aver acquisito conoscenze, con il supporto di testi avanzati, di vari temi di avanguardia e di innovazione teorica e applicativa nei campi di studi attinenti le discipline dei linguaggi e delle tecnologie della comunicazione e nelle loro ramificazioni di diverso grado ricadenti sui campi generali della innovazione comunicativa e delle scienze umane e sociali e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione integrata di rete.

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

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

Le capacità relative a questo descrittore saranno conferite mediante un'adeguata organizzazione didattica dei corsi che saranno orientati a tradurre le acquisizioni teoriche in capacità operative. Allo scopo saranno proposti esercizi e case studies che lo studente sarà chiamato a risolvere/discutere individualmente e mediante collaborazione di gruppo.

Nello specifico, alle lezioni frontali verranno affiancate testimonianze aziendali, attività di laboratorio nelle quali sono previste simulazioni di situazioni di lavoro, svolgimento in classe o discussione con partecipazione diretta degli studenti relativamente a problemi e all'analisi di casi di studio.

Gli insegnamenti del corso di studio si basano, infatti, anche sullo sviluppo di project work individuali e di gruppo, sulla valutazione di best practices e casi di successo, sull'analisi rapporti di settore aventi come riferimento il panorama italiano ed internazionale.

Lo studente, inoltre, potrà approfondire le proprie conoscenze ed iniziare ad applicare le competenze apprese grazie ad attività di stage periodicamente organizzate con aziende ed organizzazioni del settore della comunicazione e delle nuove tecnologie.

In questo modo, ci si potrà assicurare, attraverso i continui esami di profitto, che il titolo di laurea magistrale sia conferito a studenti che:

- a) siano capaci di applicare le loro conoscenze ai fondamenti e ai processi e manifestazioni concrete dei linguaggi e delle tecnologie della comunicazione ma anche con specifico riferimento alle dimensioni economiche, organizzative e gestionali, oltreché culturali e teoriche, nell'ambito delle tendenze di mercato e dell'innovazione comunicativa;
- b) abbiano acquisito capacità di progettare, acquisire, gestire e ordinare basi di dati informativi e documentali;
- c) siano in grado di acquisire e comprendere le applicazioni dei metodi e delle tecniche della comunicazione nei vari settori produttivi e nelle strategie dell'innovazione sia per quanto riguarda le ricadute in termini di nuova impresa sia per le diverse implicazioni socio-culturali ed economiche e produttive;
- d) abbiano acquisito competenze adeguate a 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;
- e) sappiano 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.

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 approcciare 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)

I requisiti richiesti per l'ammissione alla Laurea Magistrale sono accertati automaticamente nei seguenti casi:

- Conseguimento del titolo di Laurea in una delle seguenti classi:
 - 1) L-3. Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda;
 - 2) L-20. Scienze della comunicazione;
 - 3) L-11. Lingue e culture moderne;
 - 4) L-36. Scienze politiche e delle relazioni internazionali;
 - 5) L-18. Scienze dell'economia e della gestione aziendale;
 - 6) L-16. Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione

- Conseguimento del 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

Conseguimento del titolo di secondo livello in una classe diversa da quelle sopra indicate e diversa dalla classe LM-59, comprensive però di almeno 75 cfu conseguiti (in corsi di laurea o di laurea magistrale, o attraverso corsi singoli) nei settori disciplinari indicati nell'elenco definito ed inserito nel regolamento del corso di studi.

La preparazione personale e le conoscenze linguistiche necessarie per la frequenza del corso sono inoltre verificate tramite un colloquio secondo le modalità disposte nel regolamento didattico del Corso. Nello stesso colloquio, per i candidati già in possesso di un titolo di Laurea Magistrale, sono anche individuati, previa verifica da parte degli uffici competenti, quali CFU conseguiti in precedenti corsi di laurea magistrale siano riconoscibili ai fini del conseguimento della laurea in "Tecnologie e linguaggi della Comunicazione", per un massimo di 60 CFU e secondo modalità fissate nel Regolamento del corso di studio.

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

Il profilo uscente dalla Laurea Magistrale in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione è di: - un professionista esperto e abile a gestire con competenze magistrali l'innovazione sul piano della comunicazione pubblica e/o di quella d'impresa, con particolare disposizione a saper elaborare e disporre i nuovi formati comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione; - un professionista esperto e abile a gestire con competenze magistrali la filiera delle applicazioni videoludiche, con particolare disposizione a creare, sviluppare e promuovere prodotti digitali orientati all'intrattenimento.

funzione in un contesto di lavoro:

I graduati magistrali in Tecnologie e Linguaggi della Comunicazione 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:

Tutti gli sbocchi professionali in cui occorrono:

- (a) conoscenze metodologiche, a livello di management, idonee alla progettazione, organizzazione e gestione dei contenuti e di comunicazione interna ed esterna, nelle imprese operanti nei vari settori di attività, negli enti della pubblica amministrazione e nelle organizzazioni non profit;
- (b) capacità di svolgimento di compiti di elevata responsabilità, organizzativi e gestionali, nelle agenzie di comunicazione e pubblicità e nei centri media nel rispetto delle normative che regolano la comunicazione e le imprese di comunicazione;
- (c) conoscenze degli strumenti tecnici e tecnologici per la progettazione e la realizzazione di applicazioni e servizi interattivi;
- (d) abilità di utilizzazione fluente, in forma scritta e orale, almeno della lingua inglese, oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

Il profilo uscente è di un professionista esperto e abile a gestire con competenze magistrali l'innovazione sul piano della comunicazione pubblica e/o di quella d'impresa, con particolare disposizione a saper elaborare e disporre i nuovi formati comunicativi che caratterizzano gli scenari delle moderne reti di comunicazione.

sbocchi occupazionali:

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono:

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 §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	48 - 70
--	---------

Attività affini

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

Si aggiungono nell'ambito delle attività formative affini o integrativi alcuni settori (i due settori che concernono la Logica, e il settore dell'Automatica) che forniscono apporti formativi importanti per i due curricula della laurea magistrale.

--

L'inserimento dei SSD L-ART/05 e L-ART/06 si giustifica con l'esigenza di approfondire i temi legati alle caratteristiche dei mezzi di comunicazione, anche da un punto di vista contenutistico e produttivo.

L'inserimento del SSD M-PED/03 si giustifica con la necessità di ampliare il percorso attraverso uno sguardo sulla cultura della didattica e sulle tecniche di insegnamento.

L'inserimento del SSD IUS/20 si giustifica con l'esigenza di garantire che il laureato magistrale abbia un'adeguata conoscenza delle normative che disciplinano la comunicazione sia livello nazionale che a livello internazionale.

L'inserimento tra le attività affini dei SSD SECS-P/06, ING-INF/05, SPS/07 e SPS/08, già presenti tra le attività caratterizzanti, si giustifica con la necessità di ampliare il percorso con la cultura di contesto relativa a questi settori, molto ampi e fondamentali per il Corso, al punto da consentire di individuare al loro interno ulteriori insegnamenti specialistici.

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 23/04/2020