

**Università degli Studi di Teramo**

**Regolamento Didattico del  
Corso di Studio**

in

**“COMUNICAZIONE PER LA GESTIONE DELLE ORGANIZZAZIONI”**

**Classe LM-59**

**Anno accademico 2023/2024**

## UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO

Regolamento didattico del Corso di Studio in  
\_COMUNICAZIONE PER LA GESTIONE DELLE ORGANIZZAZIONI\_  
Classe \_LM-59\_ DM 22.10.2004 n. 270 e successivi  
adeguamenti Anno Accademico 2023/2024

<b>Art. 1 – Informazioni generali sul corso</b>	
<b>Ateneo:</b>	Università degli Studi di Teramo
<b>Denominazione del Corso in italiano:</b>	Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni
<b>Denominazione del Corso in inglese:</b>	Communication for Organization Management
<b>Classe:</b>	LM-59
<b>Programmazione degli accessi</b>	- Nazionale no - Locale no
<b>Lingua in cui si tiene il Corso</b>	Italiano
<b>Modalità di svolgimento delle attività formative</b>	Corso di studio convenzionale
<b>Durata legale del Corso di studi:</b>	2 anni
<b>Titolo rilasciato:</b>	Laurea Magistrale
<b>Dipartimento di afferenza:</b>	Dipartimento di Scienze della Comunicazione
<b>Sede didattica del Corso:</b>	Campus di Coste Sant'Agostino Via Renato Balzarini 1 - 64100 Teramo
<b>Presidente del Corso:</b>	Prof. Emilio Cocco
<b>Organo collegiale di gestione del Corso</b>	Consiglio del Corso di Studio
<b>Indirizzo internet del Corso:</b>	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>
<b>Art. 2 – Breve descrizione del Corso</b>	

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

**Denominazione del Corso di studio:**

1. È istituito presso la Facoltà, oggi Dipartimento di Scienze della Comunicazione il Corso di studio in “Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni”, appartenente alla Classe LM-59 delle lauree magistrali in Scienze della comunicazione pubblica, d’impresa e pubblicità.
2. Ai sensi del presente Regolamento, si intende:
  - a) per Statuto, lo Statuto dell’Università degli Studi di Teramo;
  - b) per Dipartimento, il Dipartimento di “Scienze della Comunicazione” dell’Università degli Studi di Teramo;
  - c) per RDA, il Regolamento Didattico di Ateneo dell’Università degli Studi di Teramo;
  - e) per CdS (Corso di Studi), il Corso di Laurea Magistrale in “Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni”;
  - f) per titolo di studio, la Laurea Magistrale in “Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni”.

**Il corso di studio in breve:**

Il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni ha durata di due anni e porta al conseguimento di 120 crediti formativi. Si conclude con l'acquisizione dei crediti corrispondenti al superamento della prova finale.

Il mondo di oggi è un sistema comunicativo globale e trans-nazionale fatto da esseri umani e macchine, di complessità variabile, che comunicano tra loro. La componente automatica e digitale è sempre di più preponderante. In questa prospettiva, il Corso di Studi mira a formare specialisti che siano in grado di progettare e/o gestire potenzialmente qualsiasi tipo di comunicazione (interna e/o esterna) di una qualsiasi organizzazione (aziende, banche, amministrazioni, no-profit, ...). In particolare forma laureati magistrali negli ambiti manageriali e professionali della comunicazione interna e delle relazioni pubbliche, nella gestione di beni e servizi e dello sviluppo aziendale nei mercati globali e locali. La didattica è di norma organizzata per ciascun anno in due cicli coordinati convenzionalmente chiamati semestri. Verifiche formative in itinere consentono di orientare convenientemente la didattica al fine di raggiungere gli obiettivi desiderati e mettere gli studenti nelle migliori condizioni per arrivare con successo a sostenere gli esami.

2. L'attività d'aula è in larga parte basata sull'apprendimento attivo con discussioni ed esercitazioni su case study e project work. La formazione è completata da seminari professionalizzanti e da esperienze di tirocinio in azienda.
3. La didattica del CdS si inserisce nell'ambito della pianificazione strategica dell'Ateneo che si caratterizza per un forte cambiamento nel rapporto Ateneo/Studente, con particolare riferimento ai reciproci impegni, responsabilità ed aspettative, con l'obiettivo di innovare le modalità di erogazione dei percorsi istituzionali, sia con riferimento alle modalità organizzative sia con riferimento agli strumenti didattici impiegati.
4. Lo studente assume un ruolo più attivo e, con il ricorso a nuove tecnologie e a modalità integrate di e-learning, ha a disposizione materiali online da consultare prima e dopo le lezioni.
5. Fermo restando la modalità di erogazione della didattica convenzionale, il CdS prevede, attraverso i propri insegnamenti, l'erogazione cadenzata di test e verifiche intermedie, la creazione e la partecipazione alle community di approfondimento che permettono allo studente di rispettare i tempi di marcia, di essere in regola con gli esami, ottimizzando il suo tempo, in linea con quanto stabilito nella programmazione triennale e all'interno delle politiche di qualità dell'Ateneo.

### Art. 3 – Obiettivi formativi specifici e descrizione del percorso formativo

#### Obiettivi formativi specifici del CdS:

1. Il CdS mira a fornire conoscenze teoriche, tecniche e strumenti analitici finalizzati alla progettazione e gestione efficiente delle varie componenti della comunicazione strategica di una organizzazione con particolare riguardo a quelle imprenditoriali e pubbliche.
2. I laureati devono possedere le conoscenze (linguistiche, economiche, sociologiche, giuridiche, tecnologiche, gestionali) necessarie a muoversi agevolmente nel mondo aziendale, interfacciandosi con i vari ambiti professionali che vi figurano, come quelli dell'analisi dei fenomeni socio-economici nazionali e transnazionali, dei linguaggi (automatici e non), della pubblicità, e delle strategie aziendali.
3. Il corso mira anche a sviluppare abilità personali utili per gestire la comunicazione interna ed esterna, ovvero abilità di diagnosi organizzativa, di pianificazione, di decisione, di coinvolgimento e leadership, di persuasione e negoziazione. Verrà incoraggiato l'uso e lo studio di materiali in lingua inglese.
4. Il laureato deve possedere le conoscenze necessarie a comprendere i vari aspetti delle dinamiche organizzative, tanto in ambito pubblico che privato, sapendo anche intervenire sui processi di comunicazione ad esse inerenti.
5. Lo sviluppo di conoscenze cui il corso mira è assicurato dalla varietà di insegnamenti (economico-aziendali, sociologici, giuridico internazionali, epistemologici, informatici) ed in particolare dalle attività caratterizzanti che prevedono, accanto ad insegnamenti tipici delle Discipline della Comunicazione Pubblica d'Impresa, altri specificamente incentrati sui processi comunicativi dato dalle Discipline Sociali, Informatiche e dei Linguaggi. Inoltre, le attività affini e integrative contribuiscono a rafforzare le capacità di analisi decisionale e dei processi comunicativi e organizzativi in ambiti più specifici di tipo pubblico, privato e di terzo settore.
6. Le testimonianze rese da professionisti e le esperienze di tirocinio in azienda serviranno ad avvicinare alla pratica quotidiana della gestione aziendale. Lo sviluppo delle conoscenze sarà verificato con apposite prove in itinere e alla fine di ogni corso, sia con test di autovalutazione, che con lavori di gruppo e elaborati individuali. Si terranno in considerazione la ritenzione di informazioni, la competenza linguistica specialistica, la capacità di organizzare i concetti, di rielaborare e produrre idee nuove.

7. Il laureato deve essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli appresi per individuare problemi organizzativi ed elaborare le risposte più adeguate. Lo sviluppo delle capacità di applicazione sarà in parte ottenuto nelle stesse lezioni frontali, impostate dai docenti in modo da avere costantemente presenti i risvolti applicativi, ma sarà principalmente frutto della didattica attiva. A riguardo saranno utilizzate discussioni, esercitazioni, case studies e analisi individuali e in gruppo. L'esperienza di tirocinio dovrà essere l'occasione per un primo approccio alla realtà concreta professionale, con un passaggio delle conoscenze, dei modelli concettuali e delle strategie apprese in modo teorico. Perciò sarà di regola accompagnata da lavoro di reporting e progettazione. Lo sviluppo delle capacità di applicazione sarà verificato con le stesse prove adoperate per gli obiettivi di conoscenza, sia formative che sommativie.

8. Gli insegnamenti del CdS sono suddivisi nelle "Aree di apprendimento" così definite:

- area analisi quali-quantitativa di dati socio-economici;
- area manageriale e di strategia aziendale;
- area comunicazione e linguaggi.

#### **Art. 4 – Risultati di apprendimento attesi espressi tramite i descrittori europei del titolo di studio**

Seguendo gli indicatori di Dublino il corso sviluppa, nei diversi ambiti disciplinari:

- Conoscenza e capacità di comprensione
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione

1. Per ciascun'area di cui all art. 3, parte "Obiettivi formativi specifici del CdS", c. 8, le conoscenze e capacità di comprensione, e le capacità di applicare conoscenza e comprensione sono definite come segue.

##### **Area analisi quali-quantitativa di dati socio-economici:**

###### **Conoscenza e capacità di comprensione:**

Lo studente dovrà conoscere e comprendere

- il rapporto tra società, produzione di beni e mondo dell'industria e del lavoro in contesti globali;
- la modalità di raccolta, di selezione e di analisi di dati qualitativi e quantitativi su fenomeni attinenti ai processi economico-aziendali;
- gli approcci più significativi nella gestione delle risorse umane.

Lo studente dovrà conoscere le principali forme dell'organizzazione d'impresa, specie di quelle più idonee ad affrontare l'attuale contesto socio-economico e quello futuro. Dovrà inoltre avere la padronanza delle metodologie da porre in essere per programmi di ricerca sul campo, conoscendone i presupposti teorici, nonché le possibilità applicative in ambito aziendale e sociale.

Tali obiettivi formativi sono conseguiti, in particolare, negli insegnamenti relativi agli ssd SPS/07, M-PSI/06, SPS/09, SPS/10, IUS/13.

###### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione:**

Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli, acquisiti nella risoluzione di problematiche logico-procedurali e per ideare strategie di soluzione di aspetti metodologici ed organizzativi. Dovrà saper raccogliere, selezionare ed analizzare dati qualitativi e quantitativi relativi a fenomeni legati ai processi economico-aziendali e delle organizzazioni.

**Area manageriale e di strategia aziendale:**

**Conoscenza e capacità di comprensione:**

Lo studente dovrà conoscere e comprendere

- la teoria e le strategie aziendali,
- le strategie di analisi e progettazione dei processi aziendali e nella gestione dei progetti integrati,
- teorie e modelli di decision making,
- le politiche di integrazione sui mercati europei nel contesto giuridico internazionale.

Lo studente dovrà conoscere le nozioni, le variabili, i modelli ed i metodi di valutazione della gestione dei progetti. Inoltre lo studente dovrà padroneggiare la conoscenza di base circa le dinamiche psicosociali interne all'organizzazione, con particolare riguardo alla comunicazione, al clima organizzativo, ed al rapporto individuo-organizzazione.

Tali obiettivi formativi sono conseguiti, in particolare, negli insegnamenti relativi agli ssd SECS-P/02, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/09, M-FIL/02 e IUS/13.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione:**

Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare concetti, schemi e metodiche di analisi per interpretare gli obiettivi aziendali, le variabili dei mercati ed i singoli fenomeni aziendali in modo da saper decifrare criticamente l'impatto che ognuno di essi genera a livello strategico, con particolare riferimento alle relazioni con gli stakeholders.

**Area comunicazione e linguaggi:**

**Conoscenza e capacità di comprensione:**

Lo studente deve conoscere e comprendere le teorie e le tecniche dei linguaggi e della comunicazione oggettiva (tipica della logica, dell'informatica e delle scienze esatte) e soggettiva (in cui si ammette libertà di interpretazione), spaziando, quindi, tra gli ambiti informatico, sociale, culturale e pubblicitario, anche attraverso i nuovi media e le piattaforme digitali. Lo studente deve conoscere metodi e tecniche per analizzare, progettare e gestire la comunicazione di un'organizzazione in relazione ai suoi obiettivi. Inoltre deve conoscere le teorie e tecnologie dell'informazione e della comunicazione che le organizzazioni possano utilizzare come mezzo di risoluzione automatica di problemi in un contesto globale, i sistemi informativi (ovvero, network di esseri umani e macchine che comunicano tra loro) per la gestione dell'organizzazione. Infine, deve conoscere gli elementi di base di un'altra lingua europea (a scelta dello studente tra inglese, francese, spagnolo e tedesco).

Tali obiettivi formativi sono conseguiti, in particolare, negli insegnamenti relativi agli ssd M-FIL/05, M-FIL/02, INF/01, M-PSI/05 e M-PSI/06.

**Capacità di applicare conoscenza e comprensione:**

Lo studente dovrà essere capace di analizzare la coerenza comunicativa di una marca, di un'azienda o di un'organizzazione, diagnosticando problemi comunicativi ed organizzativi. Inoltre, dovrà essere in grado di tradurre in linguaggi adeguati alle nuove tecnologie argomenti culturali e dovrà saper amministrare un Content Management System e saper realizzare applicazioni per il Web.

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

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle attività formative previste e approvate nel CdS.

2. L'autonomia di giudizio, le abilità comunicative e le capacità di apprendimento del laureato sono definite come segue.

**Autonomia di giudizio:** Il laureato magistrale deve essere in grado di orientarsi nelle dinamiche interne ed esterne dell'organizzazione, cogliendone la complessità, mostrando la capacità di ricostruire le catene

di eventi, le interazioni tra fattori all'origine dei fenomeni, gli impatti delle attività delle organizzazioni sui propri stakeholders. Deve essere in grado anche di trovare per i problemi di gestione della comunicazione dell'organizzazione soluzioni che siano efficaci: basate sul funzionamento reale del mondo, elaborate in modo da anticipare i possibili sviluppi degli eventi, adottate anche in assenza di certezza, capaci di contemperare senso morale e pragmatismo, tali da tenere sotto controllo i conflitti, autenticamente responsabili. Allo sviluppo delle competenze di autonomia di giudizio tende essenzialmente la didattica attiva opportunamente guidata. Sono particolarmente importanti a riguardo esercitazioni su casi e project works. L'esperienza di tirocinio, opportunamente supportata da un tutor all'interno dell'organizzazione e da un tutor universitario, costituisce un'importante opportunità per sviluppare l'autonomia di giudizio. Inoltre, la prova finale rappresenta il momento conclusivo del percorso ma centrale nella verifica dell'acquisizione di tale autonomia.

**Abilità comunicative:** I laureati devono essere in grado di comunicare efficacemente imparando a gestire convenientemente il sé nelle diverse situazioni e ad esercitare un controllo attivo della comunicazione. Ciò implica il monitoraggio e l'orientamento della comunicazione operando non solo sui contenuti, ma anche sui frame e sulle chiavi interpretative degli eventi. La didattica frontale, per lo meno quella degli insegnamenti incentrati sulla comunicazione, risulta utile per sviluppare le abilità di comunicazione. Essa getta le basi teoriche delle abilità e l'aver consapevolezza teorica, come indicano i protocolli affermatasi a livello internazionale, è un primo passo necessario nel processo di acquisizione di skills. Non si potrebbero raggiungere i risultati attesi però senza l'esperienza di didattica attiva. Sono particolarmente importanti a riguardo i lavori di gruppo, oltre alle attività di redazione di report, project work e tesi finale. La verifica si baserà su valutazioni maturate dai docenti proprio nel corso delle esperienze di didattica attiva, che si avrà cura di strutturare adeguatamente tenendo presente lo scopo valutativo.

**Capacità di apprendimento:** Il laureato dovrà essere capace di trarre dalle esperienze negli ambienti professionali stimoli per sviluppare considerevolmente le proprie competenze. Per questo è necessario che sviluppi durante il corso spiccate capacità di astrazione e ragionamento, di codifica dei discorsi, di selezione delle informazioni, di estrazione di schemi, di lettura delle situazioni, di decentramento, di problem solving, di pensiero computazionale e di transfert of skills. Anche per le capacità di apprendimento ha un certo peso la didattica attiva, nelle sue diverse modalità, e costituisce un contesto particolarmente propizio il tirocinio. Decisivo a riguardo saranno i workshop seminariali, l'attività di tirocinio e la tesi di laurea, tesi a sviluppare nello studente una domanda di conoscenza pertinente ai modelli teorici acquisiti e alle situazioni professionali vissute.

#### Art. 5 – Ambiti occupazionali previsti

1. Gli ambiti occupazionali previsti sono così descritti.

**Funzione in un contesto di lavoro:**

Lo specialista in comunicazione è una professione in continuo cambiamento che può essere svolta in modo autonomo o strutturato in diversi contesti organizzativi, dalle piccole e grandi imprese private agli enti pubblici, alle organizzazioni non-profit nazionali e internazionali, dai media alle agenzie pubblicitarie. Le principali funzioni che può essere chiamato a svolgere sono: progettazione e gestione di piani di comunicazione e piani di stakeholder engagement, soprattutto nelle sempre più richieste aree della responsabilità sociale e della sostenibilità ambientale e dei processi e dei prodotti o servizi; predisposizione di bilanci sociali, rendiconti e report tematici in autonomia o in staff rispetto ad aree tecniche aziendali o ad altri professionisti; supporto alla progettazione e gestione del cambiamento e dell'innovazione aziendale; coordinamento di campagne di comunicazione e marketing, anche in ottica

transmediale; social media management e community management per lo sviluppo e il monitoraggio dell'immagine dell'organizzazione e del posizionamento aziendale; web analysis e gestione delle relazioni sul web, analisi di contesto, profilazione dei fabbisogni dei consumatori/utenti, gestione delle relazioni e dei processi comunicativi interni ed esterni.

**Competenze associate alla funzione:**

Conoscenze dei principi economico-aziendali, della pianificazione strategica e del monitoraggio e valutazione dei risultati aziendali; conoscenze del contesto giuridico internazionale; conoscenze avanzate della comunicazione aziendale con particolare riferimento alla rendicontazione sulla responsabilità socio-ambientale e per il marketing; conoscenze avanzate di strumenti per la comunicazione automatica/digitale e per la gestione delle relazioni sul web; capacità di elaborare piani di comunicazione strategica e rendicontazioni aziendali su svariati temi e indirizzati a diversi soggetti; capacità di progettazione ed esecuzione di ricerche di mercato o analisi di contesti territoriali, soprattutto dal punto di vista socio-economico, istituzionale e delle interazioni ambiente-organizzazione, padroneggiando tecniche e strumenti per le rilevazioni tramite questionari, interviste, focus-group, etc. e per l'analisi di dati; abilità di coordinamento di team, di organizzazione e gestione di relazioni e di progettazione di sistemi informativi (= esseri umani + macchine) efficienti a supporto dei flussi comunicativi di un'organizzazione.

**Sbocchi occupazionali:**

I laureati potranno svolgere le funzioni in molteplici tipi di organizzazioni, oltre che come lavoratori autonomi/consulenti esterni. Per esempio all'interno di: agenzie specializzate nel settore della comunicazione e del marketing, mass-media, case editrici, piccole-medie imprese di altri settori, grandi imprese, enti pubblici locali e nazionali, aziende sanitarie, istituzioni internazionali, fondazioni, musei, partiti e movimenti politici, organizzazioni di cooperazione internazionale, organizzazioni per la rappresentanza degli interessi, sindacati, organizzazioni non-profit, nazionali e internazionali, di tipo culturale, sociale, ambientale, ecc. Il CdS prepara alle seguenti professioni (codifiche ISTAT):

- a) Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- b) Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- c) Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione - (2.5.1.5.3)
- d) Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)
- e) Specialisti dell'economia aziendale - (2.5.3.1.2)
- f) Giornalisti - (2.5.4.2.0)

**Art. 6 – Conoscenze richieste per l'accesso - Modalità di verifica**

**Requisiti per l'ammissione:**

1. Per l'ammissione al CdS occorre essere in possesso di una laurea di primo livello conseguita in Università italiane o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.
2. Per i candidati in possesso di un titolo di laurea in italiano, i requisiti curriculari sono soddisfatti possedendo una laurea triennale in una delle seguenti classi del DM 270/2004 (o corrispondenti nell'ex DM 509/99):
  - L3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
  - L15 Scienze del turismo
  - L16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
  - L18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
  - L20 Scienze della comunicazione
  - L33 Scienze economiche
  - L36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali



**DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

3. Per gli studenti provenienti da classi di laurea triennali diverse da quelle elencate sopra, i requisiti curriculari consistono nell'aver conseguito i seguenti cfu:

- almeno 10 cfu nei settori INF/01, ING-INF/05, o in eventuali abilità informatiche;
- almeno 10 cfu nei settori SPS/07, SPS/08, SPS/09 o SPS/10;
- almeno 10 cfu nei settori SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10.

La valutazione dei requisiti curriculari, per gli studenti che non siano in possesso di un titolo triennale che consenta loro l'accesso diretto al CdS, è demandata al Consiglio di Dipartimento di Scienze della Comunicazione. Coloro ai quali il CDF non riconosca il possesso dei suddetti crediti, dovranno acquisirli mediante "corsi singoli" negli SSD sopra indicati, seguendo la procedura amministrativa curata dalla Segreteria Studenti. Solo in seguito all'acquisizione dei necessari cfu, gli interessati potranno procedere all'immatricolazione al CdS.

4. Ai sensi del DM 270/2004, ed in particolare Art.6, comma 2, il Corso di studi valuta il grado di preparazione iniziale degli studenti in ingresso nelle seguenti aree disciplinari: area analisi quali-quantitativa di dati socio-economici; area manageriale e di strategia aziendale; area comunicazione e linguaggi.

Il Cds effettua tale valutazione mediante un colloquio/test in presenza o a distanza tra una commissione composta da due o più docenti e lo studente, volto a verificare le conoscenze di base nelle aree informatiche, logico-matematiche, sociologiche, economiche, semiotiche e psicologiche.

Sulla base dei risultati conseguiti il CdS esprime parere negativo o positivo in merito alla possibilità di immatricolarsi ed eventualmente suggerisce allo studente percorsi di studio individuale o di gruppo volti a colmare le lacune. Tutti i dettagli sulla prova di verifica delle conoscenze e le modalità di eventuale recupero saranno rese note con appositi avvisi sulle pagine web istituzionali.

5. È consentito iscriversi al CdS in qualità di studente part-time. Lo studente part-time svolge le attività didattiche e consegue i crediti di ciascun anno accademico al massimo in due anni. Il Consiglio del CdS, approva il piano di studio dello studente part-time, con l'indicazione del numero di crediti annui, così come riportato in tabella:

Facoltà	Classe	Corso studi	Indirizzo corso studi	Anno di corso	Annualità part-time	CFU previsti
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni	/	1°	1^	30
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni	/	1°	2^	18
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni	/	2°	1^	42
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni	/	2°	2^	30
<b>CFU TOTALI</b>						<b>120</b>

**Trasferimento da altro corso di studio**

6. In caso trasferimento da altro corso di studio, il riconoscimento di CFU, previa verifica del possesso dei requisiti di accesso, è disciplinato da Linee Guida approvate dal Consiglio di Dipartimento alle quali si rimanda.



**Art. 7 – Calendario e tipologia delle attività didattiche e frequenza**

**Calendario e tipologia delle attività didattiche:**

Le attività didattiche del CdS si svolgono, secondo quanto disposto dal Regolamento di Facoltà, per semestri in base ad un calendario approvato annualmente dalla.

1. Le attività didattiche del CdS prevedono sia lezioni frontali, sia didattica interattiva, con discussioni e esercitazioni su case study e project work. La formazione è completata da testimonianze aziendali, esperienze di tirocinio e conversazioni o attività formative in lingua che preparano ad un' idoneità di inglese da conseguirsi prima di ultimare il percorso formativo. Possono inoltre essere previste attività di ricerca a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del CdS.
2. Agli studenti iscritti al CdS è data la possibilità di perfezionare – mediante l'acquisizione di apposite certificazioni – le proprie conoscenze linguistiche, informatiche, comunicative e relazionali.
3. Le lezioni relative alle materie afferenti al CdS possono essere articolate su tre giorni settimanali al fine di facilitare e favorire la creazione di spazi di studio individuali degli studenti eventualmente ampliando

l'arco temporale nell'ambito del quale l'insegnamento può essere impartito, nel rispetto della legislazione vigente. Il Consiglio del CdS, ai sensi dell'art. 46, c.7 punto C dello statuto di Ateneo, può, per ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del singolo docente a contratto, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli orari specifici.

5. Gli insegnamenti possono essere articolati in moduli. I moduli didattici che compongono gli insegnamenti si svolgono in successione all'interno del calendario semestrale e possono essere svolti anche in forma integrata da più docenti.

6. Ciascun credito formativo (CFU) corrisponde a 25 ore di attività formativa, comprensiva in 5 ore di didattica frontale per ciascun CFU.

7. La quantità di impegno complessivo di apprendimento svolto dallo studente a tempo pieno è fissata a 54 CFU, al I° anno e 66 CFU al II° anno del CdS.

8. Previa delibera del Consiglio di Facoltà, il CdS può mutuare da altro corso di laurea, sia interi moduli d'insegnamento, sia parte di essi, precisando, in questo ultimo caso, il corrispondente valore in CFU.

#### **Frequenza ed esami:**

1. La frequenza alle lezioni non è obbligatoria, sino a diversa delibera del Consiglio di Facoltà.

2. I CFU attribuiti alle singole attività didattiche del CdS vengono acquisiti dallo studente con il superamento della relativa prova d'esame. Le prove di esame possono essere orali, scritte e pratiche. In ogni caso va assicurata adeguata pubblicità alla prova.

3. Gli esami di profitto si svolgono conformemente al calendario didattico deliberato dal Consiglio di Dipartimento.

4. Lo studente che segue più moduli in successione dello stesso insegnamento svolge una sola prova finale nei normali appelli di esame, alla presenza di tutti i docenti che compongono la Commissione.

5. Lo studente può recarsi all'estero, in qualità di *exchange students* o per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca finalizzato alla realizzazione della tesi di laurea, presso una delle università europee ed extraeuropee con cui l'ateneo di Teramo ha siglato o potrà siglare un accordo bilaterale di scambio.

6. Lo studente può altresì svolgere all'estero, presso enti o aziende convenzionate o da convenzionare, attività di tirocinio/stage curriculare.

7. Lo studente può acquisire presso un'Università europea fino a 60 CFU relativi ad attività previste dal Piano di Studio, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria, sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Delegato Erasmus di Facoltà e siano comunque stati rispettati tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del Regolamento di Ateneo per la mobilità studenti del quadro del *Lifelong Learning Programme-Erasmus*.

#### **Propedeuticità:**

1. Nel CdS non sono previste propedeuticità.

### **Art. 8 – Attività ad autonoma scelta dello studente**

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. a), DM 270/2004, il Consiglio di Corso di Studio prevede, ai fini dell'arricchimento del percorso formativo del singolo studente, attività formative autonomamente scelte, coerenti con il progetto formativo.

2. Ai sensi del combinato disposto dei DM 270/2004 (art. 1, comma 1 lett. O) e art. 10, comma 5, lett. A)), DDMM 16/03/2007 (art. 3, comma 5) e DM 26/07/2007 (all. 1, punto 3, lett. N), allo studente è, altresì, garantita la possibilità di svolgere attività formative autonomamente scelte tra tutti gli insegnamenti attivati nell'Ateneo, purché coerenti con il progetto formativo del proprio Corso di studi. Lo studente che

intenda sostenere un esame a scelta non incluso nell'offerta formativa del proprio Corso di studio deve chiederne l'inserimento secondo le indicazioni fornite dalla Segreteria Studenti circa la modulistica da adottare per la presentazione dell'istanza e relativamente alla tempistica da seguire per la presentazione della stessa. L'approvazione è demandata alla competente struttura didattica.

#### **Art. 9 – Tutorato**

1. Il tutorato è un'attività diretta a orientare e assistere gli studenti lungo tutto il percorso degli studi, in modo da renderli attivamente partecipi del processo formativo. Il compito del tutor è quello di seguire gli studenti nella loro carriera universitaria, di aiutarli a superare le difficoltà, di migliorare la qualità dell'apprendimento, di fornire consulenza in materia di piani di studio, mobilità internazionale, offerte formative prima e dopo la laurea, e di promuovere modalità organizzative che favoriscano la partecipazione degli studenti lavoratori all'attività didattica. Il CdS, oltre a promuovere l'attività di tutorato all'interno del proprio corpo docente (con l'assegnazione a ciascun docente di un gruppo di studenti sui quali effettuare il tutorato), sostiene fortemente, con l'organizzazione di incontri ad hoc, anche fuori dalla sede istituzionale, l'attività di orientamento in itinere per gli studenti non frequentanti, in modo da seguirne l'andamento didattico. L'attività orientamento in itinere è effettuata anche dal Servizio Supporto Qualità e Didattica, che facilita i processi formativi interagendo con i docenti, studenti, uffici amministrativi, aziende ed enti esterni.
2. La responsabilità delle attività di orientamento e tutorato del Corso di Studi è del Consiglio di CdS, che può proporre al Consiglio di Facoltà attività di orientamento specifiche che possano essere svolte dai Delegati o Referenti della Facoltà.
3. Ad ogni studente iscritto viene assegnato un docente tutor, che lo segue durante tutta la sua carriera universitaria. In casi motivati, lo studente può richiedere al Presidente del CdS di essere assegnato ad un diverso docente-tutor.

#### **Art. 10 – Stage e tirocini**

##### **Stage, tirocini e periodi di studio all'estero:**

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. d), DM 270/2004,, durante la propria carriera universitaria, lo studente dovrà acquisire 6 CFU attraverso attività di stage o altre attività formative quali workshops e seminari debitamente certificati. All'attività di stage sarà attribuito un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze. Lo studente potrà inoltre redigere una relazione finale sulla stessa attività.  
Lo stage può essere svolto presso enti pubblici e privati convenzionati con l'Ateneo e/o direttamente con il dipartimento ovvero nell'ambito di progetti promossi dal dipartimento medesimo o dall'Ateneo. Alla partecipazione ad altre attività, come workshops e seminari, verranno attribuiti crediti formativi in ragione dell'impegno e della durata dell'attività stessa, così come stabilito dal Consiglio di CdS e/o dal Consiglio di dipartimento.
2. In alternativa al conseguimento, secondo le modalità sopra esposte, dei 6 CFU previsti per la voce "stage e altre attività", lo studente può chiedere al Consiglio di dipartimento il riconoscimento come crediti formativi universitari, di abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché le altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario. Tali abilità, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso, sono riconosciute in misura massima di 6 CFU, nel rispetto della normativa vigente in materia che ne consente il riconoscimento in misura non superiore a 12 CFU.
3. Il riconoscimento di CFU è disciplinato da Linee Guida approvate dal Consiglio di dipartimento, alle quali si rimanda.

#### **Art. 11 – Prova finale**

1. La prova finale per il conseguimento del titolo di studio consiste nella discussione di fronte ad una Commissione di Laurea di un elaborato scritto riguardante un argomento relativo ad una delle discipline previste dal CdS, e comporta l'acquisizione di 18 CFU. Tali CFU vengono acquisiti nel momento in cui lo

studente supera la prova finale ottenendo l'approvazione del lavoro svolto da parte della Commissione di Laurea, la quale attribuisce il voto di Laurea espresso in centodecimi.

2. Per essere ammesso alla prova finale lo studente deve aver conseguito tutti i CFU nelle attività formative e le idoneità previste dal piano di studi.

3. Lo studente che consegna un lavoro scritto non redatto personalmente o in cui descrive come propri i risultati di lavori o gli esiti di ricerche di terzi incorre nel reato di plagio di cui all'art. 1 della Legge 19 aprile 1925 n. 475. Ogni parte di testo tratta da altra fonte deve essere, infatti, corredata con la citazione precisa di detta fonte. La citazione diretta o indiretta di lavori, pubblicazioni o risultati altrui (ad esempio la citazione da libri, articoli, pagine e siti Web, tesi o tesine di altri studenti, materiali forniti dai docenti) che non permetta – attraverso gli opportuni riferimenti – di riconoscerne, identificarne e verificarne la fonte, costituisce una violazione grave dei valori e degli standard dell'istituzione universitaria.

4. L'elaborato oggetto della prova finale costituisce un momento di approfondimento scientifico individuale che rappresenti il risultato culminante dell'intero percorso di studio. L'elaborato deve riguardare una tematica da concordarsi preventivamente con un docente Relatore che guida e supervisiona il laureando in tutte le attività relative alla prova finale. Tale elaborato deve basarsi su una "domanda di ricerca" e non può prescindere:

- da una opportuna ricognizione della letteratura scientifica (preferibilmente internazionale) inerente al tema scelto;
- dall'acquisizione o comunque dall'impiego di quelle metodologie di indagine che il progetto di ricerca richiede;
- dalla presentazione del punto di vista del laureando elaborato in modo critico ed originale circa le possibili risposte e soluzioni alle problematiche affrontate.

Più in dettaglio l'elaborato deve essere realizzato mediante una delle seguenti attività da parte dello studente:

- a) indagini teoretiche su tematiche che, secondo la letteratura di riferimento, richiedano approfondimenti ovvero comparazioni e confronti dei vari punti di vista costituiti;
- b) analisi di casi concreti che permettano di applicare e/o validare le conoscenze scientifiche di riferimento;
- c) analisi di specifiche tematiche che richiedano la raccolta, per lo più campionaria, di dati e informazioni da elaborare al fine di applicare e/o validare le conoscenze scientifiche di riferimento.

Onde suggellare la professionalizzazione del percorso di studio, tutte o parte delle attività finalizzate alla predisposizione dell'elaborato da discutere possono essere svolte durante il tirocinio curriculare o comunque presso il soggetto che abbia ospitato il laureando secondo quanto previsto dalla richiesta convenzione con il dipartimento. Al fine di favorire la propensione all'internazionalizzazione del Corso, tutte o parte delle attività finalizzate alla predisposizione dell'elaborato da discutere possono essere svolte anche all'estero, presso atenei, enti di ricerca o comunque altri soggetti pubblici o privati, previo accordo tra il dipartimento e il soggetto ospitante.

5. In sede di discussione, il candidato deve esporre il proprio elaborato mettendo in evidenza la finalità del lavoro svolto, le procedure utilizzate, i risultati ottenuti e le capacità acquisite.

#### **Art. 12 – Norme finali e transitorie**

1. Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di CdS, approvate dal Consiglio di dipartimento e deliberate dal Senato Accademico previo parere favorevole del Consiglio di Amministrazione.

2. Per quanto non previsto dal presente Regolamento didattico si rinvia al Regolamento didattico di Ateneo.

**DIDATTICA PROGRAMMATA**

Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni (LM-59)

I ANNO								
Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formativ a	Propedeuticit à (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)	Eventuale mutuazione da altro corso di studio del dipartimento o di Altro dipartimento	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
<b>Razionalità e Decisioni</b> – Affine	Attività formative affini e integrative	M-FIL/02	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniTE/ Didattica/Ricerca_insegnam e nti</a>	6	30
<b>Gestione delle risorse umane</b> – Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/09	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniTE/ Didattica/Ricerca_insegnam e nti</a>	6	30
<b>Management e business planning</b> – Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniT E/ Didattica/Ricerca_insegna me nti</a>	12	60
<b>Eu Investment Law</b> –Affine	Attività formative	IUS/13	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniT E/ Didattica/Ricerca_insegna me nti</a>	6	30

**DIDATTICA PROGRAMMATA**

**Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni (LM-59)**

<b>Tecniche di ricerca sociale e di mercato – Caratterizzante</b>	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	<b>Introduzione alla ricerca sociale (SPS/07)</b>	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti</a>	12	60
		<b>Tecniche di ricerca psicosociale applicata (SPS/07)</b>	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti">https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Ricerca_insegnamenti</a>		
<b>Insegnamenti a scelta (del I anno) - Altre attività</b>	A scelta dello studente		Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30
<b>II ANNO</b>								
<b>Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)</b>	<b>Ambiti disciplinari</b>	<b>SSD</b>	<b>Attività formativa</b>	<b>Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)</b>	<b>Eventuale mutuaione da altro corso di studio della Facoltà o di altre Facoltà</b>	<b>Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa</b>	<b>CFU</b>	<b>ORE</b>
<b>Semiotica della Pubblicità e del Consumo – Caratterizzante</b>	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30

**DIDATTICA PROGRAMMATA**

**Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni (LM-59)**

<b>Società globale – Caratterizzante</b>	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/10	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30
<b>ICT per le organizzazioni – Caratterizzante</b>	Discipline della comunicazione	INF/01	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	12	60
<b>Comunicazione e responsabilità sociale d'impresa – Caratterizzante</b>	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30
<b>Entrepreneurship – Caratterizzante</b>	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30



**DIDATTICA PROGRAMMATA**

**Comunicazione per la Gestione delle Organizzazioni (LM-59)**

<b>Marketing Digitale –</b> Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/08	Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30
<b>Insegnamenti a scelta (del II anno)</b> - Altre attività	A scelta dello studente		Insegnamento	No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	30
<b>Stage e altre attività –</b> Altre Attività	Tirocini formativi e di orientamento			No		<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	6	150
<b>Tesi di Laurea –</b> Altre Attività	Per la prova finale		Tesi di Laurea			<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione</a>	18	