



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Università degli Studi di Teramo

Regolamento Didattico del Corso di Studio
in
Scienze e tecnologie della comunicazione

Anno accademico 2025/2026

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO

Regolamento didattico del Corso di Studio in *Scienze e tecnologie della comunicazione*

Classe L-20 R - DM 22.10.2004 n. 270 e successivi adeguamenti

Anno Accademico 2025/2026

Art. 1 – Informazioni generali sul Corso	
Ateneo:	Università degli Studi di Teramo
Denominazione del Corso in italiano:	Scienze e tecnologie della comunicazione
Denominazione del Corso in inglese:	Communication Sciences and Technologies
Classe:	L-20 R- Scienze della comunicazione
Programmazione degli accessi	Nazionale no Locale no
Lingua in cui si tiene il Corso	Italiano
Modalità di svolgimento delle attività formative	Corso di studio convenzionale
Durata legale del Corso di studio:	3 anni
Titolo rilasciato:	Laurea in Scienze e tecnologie della comunicazione
Dipartimento di afferenza:	Scienze della comunicazione
Sede didattica del Corso:	Università di Teramo, Campus di Coste S. Agostino, via R. Balzarini 1, 64100 Teramo
Presidente del Corso:	Prof. Marcello Pedaci
Organo collegiale di gestione del Corso	Consiglio di Corso di Studio
Indirizzo internet del Corso:	www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi di studio/Scienze Tecnologie della Comunicazione L20
Art. 2 – Breve descrizione del Corso	
<p>1. L'obiettivo del Corso di Studio (CdS) in Scienze e tecnologie della comunicazione è formare laureate/i con una solida preparazione in diversi settori della comunicazione, considerando i cambiamenti nel contesto, a partire da quelli collegati alla transizione digitale, alla diffusione dell'intelligenza artificiale generativa, alla crescente multimedialità. Il CdS promuove sia l'inserimento diretto nel mondo del lavoro che la prosecuzione degli studi magistrali.</p> <p>2. Il CdS ha durata di tre anni e porta al conseguimento di 180 crediti formativi (CFU). Si conclude con l'acquisizione di tutti i crediti previsti nel piano di studi, compresi quelli corrispondenti al superamento della prova finale.</p> <p>3. Il Corso di Studio si articola in curricula, prevedendo però un primo anno di formazione comune e vari insegnamenti comuni. Nello specifico prevede i seguenti curricula: <i>Comunicazione d'impresa e marketing</i>; <i>Comunicazione, media e informazione</i>; <i>Comunicazione e intelligenza artificiale</i>.</p>	



4. La didattica frontale è in parte svolta secondo modalità tradizionali (lezioni ex cathedra) e in parte secondo modalità innovative (ispirate ai principi dell'*active learning*). Il rapporto ore di didattica erogata/CFU è di 5/1.

5. La formazione è completata da esperienze laboratoriali e da esperienze di tirocinio da svolgere presso organizzazioni pubbliche o private convenzionate con il Dipartimento di Scienze della comunicazione o con l'Ateneo.

6. Il CdS ha introdotto un *Percorso di eccellenza* (PdE), con lo scopo di valorizzare la formazione di studentesse e studenti più meritevoli. Esso prevede vari tipi di attività di approfondimento e integrazione culturale negli ambiti disciplinari del CdS. L'accesso al PdE e le modalità del suo svolgimento sono stabiliti in apposito Regolamento pubblicato sul sito web istituzionale.

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

1. Il Corso di Studio si caratterizza per un'elevata multidisciplinarietà, offrendo conoscenze di base in scienze semiotiche, linguistiche, informatiche, sociali, comunicative e mediologiche e conoscenze caratterizzanti nelle metodologie, analisi e tecniche della comunicazione, nelle scienze umane ed economico-sociali, nelle discipline storico-politiche, giuridiche e filosofiche. In tal modo, il CdS intende sviluppare conoscenze e capacità di analisi delle strutture e dei processi della comunicazione, nei loro differenti formati e linguaggi, nonché competenze per l'elaborazione e gestione di prodotti e flussi della comunicazione, soprattutto di quelli digitali; particolare importanza è data infatti allo sviluppo di conoscenze e capacità d'uso delle tecnologie legate alla digitalizzazione e basate sull'intelligenza artificiale.

Inoltre, il CdS si propone di sviluppare conoscenze sul funzionamento delle organizzazioni dei settori della comunicazione, conoscenze e capacità di analisi dei contesti socio-culturali, politici, giuridici ed economici che influenzano strutture e processi della comunicazione, capacità di analisi dei loro pubblici e utenti.

Il Corso di Studio intende poi far acquisire alcune competenze trasversali, tra le quali: capacità di problem solving, di relazione, di comunicazione efficace, interpersonale e in/con il pubblico, dei risultati della propria attività, attitudine al lavoro di gruppo, autonomia, capacità di approfondire e aggiornare continuamente le proprie conoscenze.

Per orientare le studentesse e gli studenti verso progetti formativi più specifici, il Corso di Studio si articola in tre curricula, corrispondenti a diversi ambiti della comunicazione e diverse aree professionali. All'interno del percorso formativo generale, i curricula consentono di sviluppare in modo più approfondito conoscenze e abilità riguardanti i diversi ambiti della comunicazione.

2. Il percorso formativo, che si sviluppa nei curricula sopra indicati, prevede all'interno di ciascuno di essi un nucleo di discipline necessario per sviluppare un profilo professionale di operatore negli ambiti della comunicazione. Nello specifico, dopo un primo anno di formazione uguale per tutti i curricula, nel secondo e terzo anno sono previste, oltre ad alcune discipline comuni, discipline di indirizzo; queste ultime consentono di sviluppare conoscenze e abilità specifiche riguardanti la comunicazione di impresa e il marketing, quella per i media, quella scientifica e per l'implementazione di sistemi di intelligenza artificiale. Sono previsti poi insegnamenti obbligatori opzionali e attività a scelta del/la studente/essa che consentono di personalizzare, almeno in parte, il percorso formativo. Tra tali attività, sono previsti 12 CFU di insegnamenti a scelta.

Completa il percorso il tirocinio, che contribuisce a sviluppare – e verificare – la capacità di applicare le conoscenze acquisite e l'autonomia di giudizio, oltre a rappresentare un'attività importante per mettere alla prova le proprie abilità comunicative e capacità di apprendimento. Il percorso si conclude con la prova finale.

Art. 4 – Risultati di apprendimento attesi espressi tramite i descrittori europei

del titolo di studio

Conoscenza e capacità di comprensione. Il/La laureato/a in Scienze e tecnologie della comunicazione acquisirà conoscenze specifiche nell'ambito delle scienze semiotiche, linguistiche, informatiche, comunicative e mediologiche, filosofiche, sociali, economiche, storico-politiche e giuridiche, di analisi statistica. Tali conoscenze, fornite in tutti i curricula, sono funzionali alla comprensione e all'analisi critica dei fenomeni comunicativi, anche più complessi, nei loro differenti formati e linguaggi, in relazione anche ai cambiamenti del contesto, a partire dai processi di digitalizzazione. Nel primo curriculum il/la laureato/a acquisirà poi conoscenze specificatamente orientate alla comprensione e analisi critica dei differenti tipi di comunicazione, sia interna che esterna, utilizzati dalle imprese operanti nei vari settori economici, dei differenti modi, strumenti e possibili utenti del marketing e della pubblicità e della gestione del brand. Nel secondo curriculum saranno invece fornite conoscenze dirette alla comprensione e analisi critica dei diversi tipi di media, delle loro interazioni/integrazioni, dei loro linguaggi, pubblici, delle tecniche giornalistiche e dei nuovi strumenti digitali utilizzati. Infine, nel terzo curriculum il/la laureato/a avrà la possibilità di acquisire conoscenze specificatamente orientate alla comprensione e analisi critica dei flussi comunicativi e dell'interazione persona-macchina, dell'accesso intelligente all'informazione, dell'user experience design, nonché dei possibili pubblici/utenti e impatti dell'innovazione tecnologica, in particolare di quella basata sull'intelligenza artificiale e delle differenti tecniche e degli strumenti della comunicazione scientifica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione. Il/La laureato/a nel Corso di Studio in Scienze e tecnologie della comunicazione acquisirà capacità di applicare conoscenze e comprensione per la progettazione, creazione e gestione di una comunicazione adeguata, per registro linguistico, formati e strumenti utilizzati, a diversi obiettivi, anche in relazione allo specifico contesto in cui opera e ai pubblici/utenti. Inoltre, a seconda del curriculum, acquisirà: capacità specifiche nell'analisi organizzativa e dei flussi di comunicazione interna e nello sviluppo di business plan e iniziative di marketing; capacità di realizzazione e gestione di progetti e prodotti comunicativi per l'industriale mediale, inclusi prodotti di tipo informativo; capacità di valutare, supportare e gestire i flussi comunicativi e l'interazione persona-macchina, l'accesso intelligente all'informazione, l'user experience design, nonché di utilizzare le differenti tecniche e gli strumenti della comunicazione scientifica, con particolare riferimento alle innovazioni delle tecnologie digitali.

Autonomia di giudizio. Le capacità sviluppate nel Corso di Studio consentiranno al/la laureato/a di formulare e supportare con argomentazioni multidisciplinari e in maniera autonoma il proprio giudizio sui processi della comunicazione, procedendo poi a problem solving. Ciò sarà favorito anche dalle conoscenze e sensibilità in relazione ai temi dell'etica e della responsabilità della comunicazione in diversi settori. Il/La laureato/a potrà quindi approcciare, in tal modo, le strategie comunicative più opportune, considerando i diversi contesti e pubblici/utenti

Abilità comunicative. Il/La laureato/a svilupperà la capacità di veicolare informazioni, idee, problemi e soluzioni adeguando la modalità comunicativa al contesto, sapendo utilizzare diversi formati, linguaggi e strumenti, con particolare attenzione a quelli digitali, e sapendo utilizzare anche le abilità di lingua inglese orale e scritta.

Capacità di apprendimento. Il/La laureato/a acquisirà la capacità di approfondire, in modo autonomo, differenti tematiche relative ai fenomeni della comunicazione, affrontate in vari ambiti disciplinari, grazie agli strumenti analitici e metodologici appresi e utilizzati durante il Corso di Studio.

Laureate/i del Corso di Studio possono svolgere: attività di gestione della comunicazione e delle relazioni di un'azienda, marketing, web e social media management, influencer communication, content creation, user experience design, implementazione di sistemi di IA, gestione di piattaforme digitali, realizzazione di contenuti per diversi tipi di media, anche a carattere informativo e giornalistico, comunicazione scientifica. Possono quindi operare per imprese di differenti settori, incluse quelle che forniscono servizi specialistici di comunicazione, agenzie pubblicitarie e di organizzazione di eventi, imprese di produzione di software, imprese del settore dei media (quotidiani, riviste, radio, televisioni, imprese della produzione cinematografica e di video), organizzazioni pubbliche e non profit, università, centri di ricerca/innovazione. In questi contesti, possono ricoprire ruoli come lavoratore/trice dipendente oppure intraprendere un percorso imprenditoriale o da libera/o professionista.

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

Per essere ammessi al Corso di Studio in Scienze e tecnologie della comunicazione occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. È prevista una prova per la verifica delle conoscenze in ingresso. Nello specifico, il CdS verifica tali conoscenze mediante il test proposto dal “Consorzio interuniversitario sistemi integrati per l'accesso” (CISIA) e denominato “TOLC-SU” (Test OnLine CISIA-Studi Umanistici). Questo è strutturato in tre sezioni: comprensione del testo e conoscenza della lingua italiana, conoscenze e competenze acquisite negli studi, ragionamento logico.

Poiché il CdS non è ad accesso programmato, studentesse e studenti che dovessero ottenere un esito negativo saranno comunque immatricolate/i al Corso di Studio; a esse/i saranno però attribuiti Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) da assolvere nel primo anno di corso.

Gli OFA possono essere recuperati in diversi modi: mediante il superamento del Test di recupero OFA, programmato più volte nell'anno; mediante il superamento dell'esame curriculare di Semiotica; mediante l'acquisizione, al primo anno, di 18 CFU. A studenti/tesse con OFA sono garantite attività formative supplementari. Tutti i dettagli sulla verifica delle conoscenze in ingresso e sulle modalità di assolvimento degli OFA sono illustrati in un'apposita Guida scaricabile dal sito web istituzionale.

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

1. Conformemente a quanto previsto nel Regolamento Didattico di Ateneo, le attività didattiche del Corso di Studio si articolano in semestri in base al calendario approvato annualmente dal Consiglio di Dipartimento.

2. Le attività didattiche del CdS si svolgono, salvo specifiche esigenze formative, attraverso lezioni frontali in presenza, anche in riferimento alle attività integrative e professionalizzanti. Possono inoltre essere previste attività di ricerca a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del Corso.

3. Conformemente a quanto stabilito dal Regolamento Didattico di Ateneo, il Consiglio del Corso di Studio può deliberare annualmente forme di erogazione dell'attività didattica basate su applicazioni multimediali o a distanza.

4. Il CdS, nell'organizzare la propria didattica, può riconoscere le esigenze specifiche di determinati gruppi di studenti/tesse, anche in relazione a convenzioni stipulate tra l'Ateneo o il Dipartimento e organizzazioni professionali. A tal fine possono essere previste e calendarizzate attività didattiche frontali ulteriori rispetto a quanto dichiarato nella SUA-CdS.

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. Gli esami di profitto di tali insegnamenti devono svolgersi conformemente a quanto stabilito dal Regolamento Didattico di Ateneo.

6. La frequenza alle lezioni frontali non è obbligatoria. Qualora il/la docente preveda un programma specifico per gli/le studenti/tesse frequentanti è tenuto ad indicarlo nella scheda dell'insegnamento pubblicata sulla pagina web di Ateneo.
7. Nessun insegnamento è propedeutico ad altri. Nella scheda dell'insegnamento sono indicate eventuali conoscenze pregresse ritenute necessarie.
8. Le lezioni relative alle materie afferenti al CdS rispettano le indicazioni sui giorni settimanali di didattica fornite dal Dipartimento. Il Consiglio del Corso di Studio, ai sensi dell'art. 46, c. 7, lett. c) dello Statuto di Ateneo, può, per comprovate ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del/la singolo docente, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli orari specifici.
9. Lo/la studente/tessa può recarsi all'estero, in qualità di *exchange student*, anche per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca finalizzata alla realizzazione della tesi di laurea, presso una delle università europee ed extraeuropee con cui l'Università di Teramo ha siglato o potrà siglare un accordo bilaterale di scambio.
10. Lo/la studente/tessa può altresì svolgere un'attività di Erasmus Traineeship, ovvero un'attività di tirocinio/stage curriculare all'estero presso enti o imprese convenzionate con l'Università di Teramo.
11. Lo/la studente/tessa potrà acquisire presso un'università straniera fino a 60 CFU relativi ad attività previste dal piano di studi, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria, sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Delegato di Dipartimento alla mobilità internazionale e siano comunque stati rispettati tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del Regolamento di Ateneo per la mobilità studenti nel quadro del Lifelong Learning Programme – Erasmus.

Art. 8 – Attività ad autonoma scelta dello studente

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. a), DM 270/2004, il Consiglio del Corso di Studio prevede, ai fini dell'arricchimento del percorso formativo del/la singolo/a studente/essa, 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/a studente/tessa 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 Studio. Chi intenda sostenere l'esame di un insegnamento a scelta non incluso nell'offerta formativa del proprio Corso di Studio deve chiederne l'inserimento secondo le indicazioni fornite dalla Segreteria Studenti. L'approvazione è demandata alla competente struttura didattica.

Art. 9 – Tutorato

1. Il Corso di Studio organizza un'attività di tutorato diretta a orientare e assistere studentesse e studenti lungo l'intero percorso di studio.
2. Il compito del tutor è seguire studentesse e studenti nella loro carriera universitaria, di aiutarle/i a superare eventuali difficoltà, migliorare la qualità dell'apprendimento, fornire consulenza su piani di studio, mobilità internazionale e servizi, promuovere modalità organizzative che favoriscano la partecipazione all'attività didattica.
3. Il Consiglio del Corso di Studio prevede che ad ogni studente/tessa sia assegnato un/a docente tutor individuale, che lo/a segue durante tutta la sua carriera universitaria.
4. Il CdS si avvale anche di studenti/tesse senior, individuati/e tramite procedure di selezione di Ateneo e Dipartimento.

Art. 10 – Stage, tirocini, altre attività formative

1. Il Corso di Studio prevede, nel piano di studi, un numero di crediti riservati alle ulteriori attività formative pari, complessivamente, a 9 CFU, suddivisi in attività di tirocinio (4 CFU) e altre attività formative (5 CFU).
2. Durante la propria carriera universitaria, lo/a studente/tessa del Corso di studio è tenuto a partecipare ad attività di tirocinio presso organizzazioni pubbliche o private convenzionate con il Dipartimento o con l'Ateneo oppure ad altra attività formativa approvata dal Consiglio di Dipartimento. I periodi di formazione mediante attività di tirocinio, che non possono avere durata superiore a 12 mesi, devono prevedere almeno 100 ore di impegno; per tali attività saranno riconosciuti 4 CFU in misura di un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze e la relazione finale dello/a studente/tessa.
3. Alla partecipazione ad altre attività formative verranno attribuiti 5 CFU in ragione dell'impegno e della durata dell'attività stessa, così come stabilito dal Consiglio di Corso di Studio e dal Consiglio di Dipartimento.

Art. 11 – Riconoscimento di crediti formativi per attività extracurricolari

1. Ai sensi dell'articolo 14 comma 2 della legge n. 240 del 30 dicembre 2010, così come modificato dal D.L. n. 19 del 2 marzo 2024 e dal DM 931 del 4 luglio 2024, è possibile il riconoscimento, ai fini dell'attribuzione di CFU, di: 1) conoscenze e abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario; 2) attività formative svolte nei cicli di studio presso gli istituti di formazione della pubblica amministrazione, nonché alle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario, alla cui progettazione e realizzazione l'università abbia concorso; 3) conseguimento da parte dello/a studente/tessa di medaglia olimpica o paralimpica ovvero del titolo di campione mondiale assoluto, campione europeo assoluto o campione italiano assoluto nelle discipline riconosciute dal Comitato olimpico nazionale italiano o dal Comitato italiano paralimpico.
2. Il limite massimo di crediti riconoscibili è pari a 48 CFU.
3. Le modalità per il riconoscimento dei CFU sono disciplinate, in conformità con quanto previsto dall'art. 3 comma 1 DM 931 del 4 luglio 2024, dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 12 – Prova finale

1. Conformemente al Regolamento Didattico di Ateneo, la prova finale consente il conseguimento della laurea in Scienze e tecnologie della comunicazione. Essa consiste nella redazione di un elaborato sotto la guida di un/a docente del Corso di Studio (detto/a relatore/trice), su un contenuto concordato con tale docente. Gli/le studenti/tesse scelgono l'insegnamento in cui svolgere la prova finale tra quelli presenti all'interno del proprio piano di studi. L'oggetto dell'elaborato può riguardare la discussione critica di un argomento teorico, di un progetto di ricerca e/o di un prodotto realizzato con strumenti multimediali
2. L'elaborato finale deve essere redatto in modo originale e deve comprovare la capacità dello/a studente/tessa di applicare correttamente le conoscenze apprese, il ragionamento alle stesse connesse e la strumentazione metodologica acquisita.
3. È dovere del/la relatore/trice vigilare e supportare l'attività dello/a studente/tessa e verificare attentamente l'adeguatezza dell'elaborato per l'ammissione all'esame finale.
4. L'elaborato finale dà diritto all'acquisizione di 6 CFU.
5. L'elaborato redatto dallo/a studente/tessa viene discusso e valutato da una commissione nominata dal/la Direttore/Direttrice del Dipartimento. Detta commissione può assegnare un punteggio da 0 a 7, a cui possono essere aggiunti ulteriori punti secondo quanto stabilito dalle *Linee guida per la prova finale* del Dipartimento di Scienze della comunicazione. Tale punteggio viene sommato alla media (calcolata sui voti ottenuti nelle attività formative valutate in trentesimi) convertita in centodecimi. Il voto complessivo finale è anch'esso espresso in centodecimi, con eventuale lode approvata all'unanimità dalla commissione.



Art. 13 – Norme finali e transitorie

1. Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di Corso di Studio, 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 si rinvia al Regolamento Didattico di Ateneo.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Università degli Studi di Teramo

**Regolamento Didattico
del Corso di Studio
in**

**Discipline delle Arti, della
Musica e dello Spettacolo**

**Anno accademico
2025/2026**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO

Regolamento didattico del Corso di Studio in

Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo

Classe L-3 R - DM 22.10.2004 n. 270 e successivi adeguamenti

Anno Accademico 2025/2026

Art. 1 – Informazioni generali sul corso	
Ateneo:	Università degli Studi di Teramo
Denominazione del Corso in italiano:	Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo (DAMS)
Denominazione del Corso in inglese:	Studies in visual arts, music and performance arts
Classe:	L-3 R Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
Programmazione degli accessi	- Nazionale no - Locale no
Lingua in cui si tiene il Corso	Italiano
Modalità di svolgimento delle attività formative	Corso di studio convenzionale
Durata legale del Corso di studi:	3 anni
Titolo rilasciato:	Laurea
Dipartimento di afferenza:	Scienze della comunicazione
Sede didattica del Corso:	Teramo, Campus Coste S. Agostino, via Balzarini 1
Presidente del Corso:	Paolo Coen
Organo collegiale di gestione del Corso	Consiglio di Corso di Studio
Indirizzo internet del Corso:	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi di studio/DAMS L3
Art. 2 – Breve descrizione del Corso	
<p>Il Corso di Studi (Corso) in Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo (DAMS) ha durata di tre anni e porta al conseguimento di 180 Crediti Formativi Universitari (CFU). Il Corso termina con l'acquisizione dei CFU corrispondenti al superamento della prova finale. La didattica è organizzata per ciascun anno in due cicli coordinati, convenzionalmente definiti semestri. Prove formative in itinere consentono di orientare in modo funzionale la didattica al fine di raggiungere gli obiettivi desiderati e di porre gli studenti nelle migliori condizioni per arrivare a sostenere gli esami con esito positivo. L'attività d'aula è in parte frontale, in parte interattiva, con discussioni, esercitazioni su casi di studio (<i>case studies</i>), <i>project work</i> e momenti di interazione, che si svolgono anche attraverso l'impiego di una piattaforma specifica per lo <i>students' engagement</i> (Wooclap). La formazione si completa con esperienze di laboratorio (<i>workshop</i>) e di tirocinio. L'obiettivo del Corso è offrire un unico percorso formativo che consenta allo studente di acquisire gli strumenti teorici, metodologici e critici per comprendere le culture visive, musicali, performative e della moda, e di saperli poi impiegare in forma autonoma e consapevole per intervenire in modo efficace nell'ambito dell'organizzazione e della gestione delle pratiche creative. La didattica del Corso, inserita nell'ambito della pianificazione strategica dell'Ateneo, si caratterizza per una forte innovazione nel rapporto</p>	

Ateneo/Studente, in particolare con riferimento ai reciproci impegni, responsabilità e aspettative; essa mira a innovare le modalità di erogazione dei percorsi istituzionali, con riferimento sia alle modalità organizzative, sia agli strumenti didattici impiegati. Attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie, di modalità integrate di e-learning e di materiali online da consultare prima e dopo le lezioni, lo studente assume un ruolo più attivo. Ferma restando la modalità di erogazione della didattica convenzionale, il Corso prevede, in forma sperimentale, test, verifiche, community di approfondimento, workshop che permettono allo studente di rispettare i tempi dell'iter formativo, di essere in regola con gli esami, ottimizzando il suo tempo, in linea con quanto stabilito nella programmazione triennale e all'interno del Documento sulle politiche di qualità dell'Ateneo. Al fine di potenziare i rapporti con le aree professionali coerenti con il progetto formativo, il Corso ha attivato convenzioni con enti pubblici e privati, tra i quali la Roma Film Academy e l'Accademia degli Artisti (Roma), l'Accademia Internazionale Formazione Arte Spettacolo (Ascoli Piceno), l'ISSSMC "Gaetano Braga" (Teramo) e l'Accademia di Belle Arti (Macerata).

Allo scopo di valorizzare la formazione degli studenti più meritevoli, è stato introdotto un Percorso di eccellenza (PdE). Il PdE prevede vari tipi di attività di approfondimento e integrazione culturale negli ambiti disciplinari del CdS. L'accesso al PdE e le modalità del suo svolgimento sono stabiliti in apposito Regolamento pubblicato sul sito web istituzionale.

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

Il Corso ha per scopo la formazione di figure professionali che mettano in contatto le varie forme della produzione artistica e culturale con i diversi pubblici, sia specializzati sia indifferenziati, mediando tra le esigenze artistico-culturali e i processi organizzativi. I laureati opereranno in campi quali la gestione e la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale; l'ideazione e l'organizzazione di eventi culturali; la produzione di contenuti specifici legati alle attività e alla creazione artistica (visiva, musicale, performativa e della moda) per differenti piattaforme comunicative e indirizzate, per esempio, alle iniziative pubbliche e private di intervento territoriale, come nel settore del turismo culturale, ai palinsesti delle emittenti specializzate, all'editoria tradizionale e digitale di settore.

Dal punto di vista degli obiettivi formativi, il Corso s'inquadra nella classe L3, i cui obiettivi generali sono di fornire agli studenti una formazione di base nel campo delle arti visive, del cinema, della musica, del teatro, della danza e della moda. All'interno di questa cornice, o griglia generale, il Corso dell'Università degli Studi di Teramo ha un duplice obiettivo specifico: da un lato, esso si propone di fornire agli studenti gli elementi di analisi critica delle forme culturali e dei suoi modelli produttivi, con un approccio il più possibile aperto all'analisi del testo visivo (sia esso artistico, audiovisivo, cinematografico, televisivo, fotografico o della moda), musicale e performativo (teatrale, coreografico ecc.), letterario e in senso lato narrativo, che tenga conto non solo del testo in sé, ma anche del contesto e della fruizione da parte dei differenti pubblici; dall'altro lato, il Corso si propone di insegnare agli studenti come mettere a frutto queste capacità di analisi critica per individuare le migliori forme atte a stabilire un punto di contatto fra i pubblici e i produttori, mettendo queste abilità al servizio dell'organizzazione di eventi e spettacoli, di mostre, festival, forme di turismo culturale, marketing territoriale, comunicazione culturale, edutainment, progettazione di ambito nazionale e internazionale.

I laureati del Corso devono essere in grado di utilizzare la lingua inglese, oltre l'italiana, nell'ambito specifico di competenza e per lo scambio di informazioni generali.

Uno degli obiettivi formativi primari, quindi, è armonizzare la formazione teorica con la sperimentazione pratica, sia dal punto di vista dei differenti linguaggi artistici, sia dal punto di vista creativo, produttivo e manageriale. Per favorire questo approccio, il percorso formativo è organizzato in modo tale da creare un dialogo costante tra gli insegnamenti di base e quelli caratterizzanti: in ciascuno dei tre anni attività formative di base sono affiancate e intrecciate ad attività formative caratterizzanti distribuite, in linea di massima, per ambiti e affinità (discipline delle arti visive, delle arti performative, ecc.), procedendo infine verso una progressiva specializzazione che comprende anche l'inclusione di materie di area manageriale-gestionale, sociologica e giuridica. L'offerta di alcuni raggruppamenti di insegnamenti ordinamentali obbligatori-opzionali, consente di articolare percorsi vocazionali e professionalizzanti diversificati e flessibili.

Viene così favorita una proficua relazione con gli istituti di Alta Formazione Artistica e Musicale (AFAM) e con altri enti formativi accreditati nei medesimi settori, offrendo agli studenti dell'uno e dell'altro comparto la

possibilità di comporre un percorso aperto all'integrazione della formazione volta ai diversi campi della creatività artistica (musicale, visiva, performativa, della moda) e della produzione audiovisiva e multimediale con quella teorico-critico-applicativa universitaria, consentendo agli studenti interessati l'eventuale raggiungimento di doppio titolo di studio coordinato, così come consentito dalla legislazione vigente.

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

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

Capacità di comprensione: Al termine del percorso di studi gli studenti acquisiranno conoscenze e capacità di comprensione in tutte le diverse aree disciplinari previste. Attraverso le discipline storiche gli studenti conosceranno i più importanti eventi e processi che hanno caratterizzato la trasformazione storica, culturale, sociale ed economica nell'età moderna e contemporanea; con le discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche acquisiranno, nell'ambito delle principali teorie analitiche dei processi culturali, la capacità di comprendere le strutture e le forme dei linguaggi con particolare riguardo per quelli artistici visivi, musicali e performativi; attraverso le discipline storico-artistiche, musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche e le discipline linguistiche e letterarie gli studenti acquisiranno le competenze specifiche per comprendere in forma critica i testi artistici (siano essi visivi, musicali, performativi o narrativi), con una particolare attenzione alle complesse interrelazioni tra i diversi ambiti. Infine, comprenderanno le principali connessioni dei vecchi e dei nuovi media con la produzione, la diffusione e la progettazione culturale, anche attraverso attività formative affini o integrative in area manageriale organizzativa e gestionale.

Tali risultati vengono conseguiti mediante attività formative frontali e laboratoriali con particolare attenzione alle attività applicative all'utilizzo di nuove tecnologie. La verifica dei risultati avviene mediante diversi strumenti: test di valutazione periodici, presentazioni, test di autovalutazione ed esame di profitto finale in modalità scritta/orale/pratica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Al termine del percorso di studi, gli studenti saranno formati in modo da trasformare le loro conoscenze, fortemente improntate a una visione interdisciplinare all'interno dei diversi settori delle arti, della musica, dello spettacolo e delle narrazioni, in capacità di risoluzione dei problemi, sia a un primo livello di studi universitari, sia in ambito professionale e di lavoro. In particolare, le conoscenze acquisite saranno



	<p>applicate: a) all'analisi di testi artistici (appartenenti ai differenti campi) nei contesti storici e contemporanei; b) all'ideazione, progettazione, organizzazione, gestione e cura di manifestazioni culturali nell'ambito delle diverse arti, siano esse visuali, musicali o performative; c) alla generazione di contenuti relativi alla produzione artistica e culturale per i differenti media, tradizionali e digitali, sulla base della normativa sul diritto d'autore per le diverse arti e nei diversi contesti. La formazione teorica sarà accompagnata dalle attività applicative, soprattutto nelle Attività Caratterizzanti e in particolar modo nelle Discipline storico-artistiche e quelle della Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche, che verranno svolte all'interno dei corsi. Le capacità di applicare conoscenza e comprensione saranno acquisite principalmente attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none">- analisi di testi documentali e artistici (siano essi visivi, musicali, performativi o narrativi);- partecipazione alle attività di laboratorio e alle esercitazioni seminariali previste all'interno dei singoli corsi;- lezioni frontali e seminariali;- redazione di brevi testi scritti. <p>La collaborazione con i soggetti operanti sul territorio permetterà di applicare le conoscenze teoriche direttamente sul campo, attraverso, tra l'altro, la partecipazione all'organizzazione e la promozione di produzioni artistiche e culturali.</p> <p>Il conseguimento dei suddetti risultati avviene mediante la realizzazione di attività formative frontali e laboratoriali con particolare attenzione alle attività applicative all'utilizzo di nuove tecnologie. Gli strumenti di verifica dei risultati consistono in test di valutazione periodici, presentazioni, test di autovalutazione ed esame di profitto finale in modalità scritta/orale/pratica.</p>
<ul style="list-style-type: none">- Autonomia di giudizio- Abilità comunicative- Capacità di apprendimento	<p><u>Autonomia di giudizio:</u> Gli studenti svilupperanno capacità volte a integrare conoscenze, teorie, metodi e tecniche nel campo delle arti visive, musicali e performative, al fine di saper formulare giudizi circostanziati e critici relativamente a opere, produzioni e progetti dei diversi ambiti. Alla capacità di analisi critica e di giudizio indipendente sul testo artistico si aggiungerà quella di leggere i contesti, relativamente agli effetti sul presente dei processi storici di lungo periodo e ai principali processi sociali. Attività formative frontali e laboratoriali, svolte anche attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie, consentono agli studenti di conseguire i risultati attesi, la cui</p>



verifica avviene mediante test di valutazione periodici, presentazioni, test di autovalutazione, nonché esame di profitto finale in modalità scritta/orale/pratica.

Abilità comunicative: Gli studenti impareranno a migliorare la propria capacità comunicativa, modulandola in base ai pubblici di riferimento, siano essi specialistici o indifferenziati. Saranno inoltre in grado di utilizzare diversi strumenti comunicativi, differenziandoli in base alla funzione e in rapporto ai pubblici. Infine, saranno messi in condizione di utilizzare le stesse arti come forme di comunicazione all'interno di contesti e per usi specifici, come la valorizzazione di un territorio. Tali abilità saranno sviluppate anche grazie a tecniche di didattica attiva, che permetterà agli studenti di utilizzare con piena consapevolezza soft skills, quali il lavoro di gruppo. I risultati attesi nel campo delle abilità comunicative, vengono conseguiti attraverso attività formative frontali, laboratoriali e applicative all'utilizzo di nuove tecnologie. La verifica dei risultati avviene mediante diversi strumenti: test di valutazione periodici, presentazioni, test di autovalutazione ed esame di profitto finale in modalità scritta/orale/pratica.

Capacità di apprendimento: Al termine del percorso di studi, gli studenti avranno acquisito gli strumenti analitici sufficienti per proseguire la propria formazione in maniera indipendente, sia all'interno di un corso di studi strutturato, sia in forma individuale. Gli stessi strumenti potranno essere utilizzati in ambito lavorativo per adeguare le proprie conoscenze a nuovi contesti o in relazione alle esigenze del mercato del lavoro. A tal fine il corso si avvale di strumenti didattici innovativi attivati già da alcuni anni in Ateneo che prevedono un iter formativo in cui alle lezioni frontali si alternano momenti di ricerca, di autovalutazione e di verifica intermedia, al fine di potenziare sia le capacità di apprendimento, sia quelle di elaborazione critica delle conoscenze e la loro trasformazione in competenze. In questo contesto, l'autonomia nell'apprendimento e la capacità di approfondire specifici argomenti sarà sviluppata nel percorso di studi attraverso prove intermedie, valutazioni fra pari, presentazioni collettive, simulazioni produttive e progettuali, case studies e case histories.

Il conseguimento dei suddetti risultati avviene attraverso attività formative sia frontali sia laboratoriali con particolare attenzione alle attività applicative all'utilizzo di nuove tecnologie. Il

raggiungimento dei risultati attesi, viene verificato mediante diversi strumenti: test di valutazione periodici, presentazioni, test di autovalutazione ed esame di profitto finale in modalità scritta/orale/pratica.

Art. 5 – Ambiti occupazionali previsti

Profilo professionale:

Progettista culturale, autore di testi critici e divulgativi in ambito artistico-culturale, organizzatore e curatore di eventi culturali, mostre, rassegne, festival, sfilate.

Funzione in un contesto di lavoro:

I laureati nel Corso di Laurea in Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo lavoreranno nel campo dell'ideazione, progettazione e organizzazione della cultura, sia in forma di eventi sia di prodotti. In questo contesto essi potranno avere funzioni cognitive, ideative, progettuali, organizzative e attuative, disponendo delle competenze necessarie per interagire sia con gli artisti, sia con il personale tecnico specializzato nei vari comparti, coordinandone le attività.

Competenze associate alla funzione:

Le competenze sono:

- analizzare processi sociali e ricostruire processi storici in rapporto ad aree ed ambienti determinati;
- ricercare dati e informazioni sui beni artistici e culturali;
- analizzare le esigenze comunicative di un evento culturale;
- curare l'immagine di eventi;
- realizzare campagne promozionali;
- redigere testi divulgativi o specialistici;
- analizzare criticamente un prodotto artistico e culturale;
- coordinare artisti e tecnici;
- individuare soluzioni ai problemi organizzativi e attuativi;
- individuare strategie di sviluppo per i beni e le attività culturali;
- individuare la domanda culturale di un territorio o di un ambiente;
- ottimizzare la relazione fra i contesti e la produzione di eventi culturali;
- promuovere il patrimonio artistico e culturale materiale e immateriale;
- costruire reti relazionali tra artisti e pubblico in contesti determinati;
- valutare e innovare le procedure gestionali dei beni e delle attività culturali;

potenziare la filiera artistico-culturale, anche in contesti internazionali.

Sbocchi occupazionali:

Il laureati nel Corso di Laurea in Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo potranno trovare occupazione in diversi settori del sistema culturale, della sua industria e dell'indotto a essa collegato. In modo più specifico essi verranno formati come progettisti culturali, potendo così ricoprire diversi ruoli nell'ambito della progettazione, produzione e promozione culturale, facilitati in questo senso dalla conoscenza delle varie forme dell'espressione artistica che consentirà loro di collaborare sia con soggetti istituzionali e privati che operano in questi settori artistici, sia con il personale tecnico specializzato dei vari comparti, coordinandone le attività.

Unitamente ad una laurea magistrale (per esempio la LM65), i laureati in DAMS possono avere accesso alle classi di abilitazione all'insegnamento previsti dalla legislazione vigente nelle aree della Storia dell'arte e della Musica, attraverso il conseguimento di 48 CFU complessivi.

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

Per essere ammessi al corso di laurea occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

Si richiedono buona conoscenza della lingua italiana e di cultura generale, capacità di comprensione dei testi, conoscenza di base della lingua inglese. Per la verifica di tali conoscenze è prevista la somministrazione di un test valutativo. I dettagli sulla verifica delle conoscenze richieste per l'accesso e sulle modalità di recupero di eventuali obblighi formativi aggiuntivi (OFA) vengono indicate nella Guida TOLC (Test On Line Cisia) sul sito di Ateneo.

Adeguandosi a quanto richiesto dal D.M. 270/2004, il consiglio di CdS valuterà il grado di preparazione iniziale degli studenti in ingresso mediante un test valutativo (TOLC-SU) sulle seguenti aree disciplinari: comprensione del testo e conoscenza della lingua italiana; conoscenze e competenze acquisite negli studi; ragionamento logico; lingua inglese. Nel caso in cui il test valutativo non venisse superato, saranno attribuiti allo studente Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA).

I dettagli sulla prova di verifica delle conoscenze e sulle modalità di eventuale recupero saranno resi noti con apposito avviso sul sito web di Ateneo.

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

1. Conformemente a quanto previsto nel Regolamento Didattico di Ateneo, le attività didattiche del CdS in DAMS si articolano in semestri in base al calendario approvato annualmente dal Consiglio di Dipartimento.

2. Le attività didattiche del CdS in DAMS si svolgono, salvo specifiche esigenze formative, mediante lezioni e attività formative in presenza, anche in riferimento alle attività integrative e professionalizzanti. Possono inoltre essere previste attività di ricerca a supporto delle attività formative, che caratterizzano il profilo del CdS.

3. Conformemente a quanto stabilito dal Regolamento Didattico di Ateneo, il Consiglio di Corso di Studio può deliberare annualmente forme di erogazione dell'attività didattica anche supportate da applicazioni multimediali o a distanza.

4. Conformemente a eventuali convenzioni stipulate tra l'Ateneo e gruppi, associazioni o organizzazioni professionali, il CdS può organizzare la propria didattica riconoscendo specifiche esigenze formative. A tal fine possono essere previste e calendarizzate attività didattiche frontali ulteriori rispetto a quanto dichiarato nella scheda SUA-CdS.

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. Gli esami di profitto di tali insegnamenti devono svolgersi conformemente a quanto stabilito dal Regolamento Didattico di Ateneo.

6. La frequenza alle lezioni frontali non è obbligatoria. Qualora il docente preveda un programma specifico per gli studenti frequentanti è tenuto a indicarlo nella scheda dell'insegnamento pubblicata sulla pagina Web di Ateneo.

7. Nessun insegnamento è propedeutico ad altri. Nella scheda dell'insegnamento sono indicate eventuali prerequisiti ritenuti utili alla migliore valorizzazione del processo formativo.

8. Conformemente a quanto previsto all'art. 10 c. 5 lettera a) del DM 270/04, le attività formative a scelta dello studente possono essere rappresentate da corsi di insegnamento di qualunque corso di studio dell'Ateneo, purché coerenti con il percorso formativo dello studente. Lo studente che intenda sostenere l'esame di un insegnamento a scelta non incluso nell'offerta formativa del proprio CdS deve chiederne l'inserimento secondo le indicazioni fornite dalla Segreteria Studenti, relative sia alla modulistica da adottare per la presentazione dell'istanza, sia alla tempistica da seguire per la presentazione della stessa. L'approvazione è demandata alla competente Struttura Didattica.

9. Le lezioni relative alle materie afferenti al Corso di Studio rispettano le indicazioni sui giorni settimanali di didattica stabilite dal Dipartimento. Il Consiglio del CdS, ai sensi dell'art. 46, c. 7, lettera c) dello statuto di Ateneo, può, per comprovate ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del singolo docente, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli e orari specifici.



10. Lo studente può recarsi all'estero, in qualità di *exchange student* anche per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca, finalizzato alla realizzazione dell'elaborato finale, in una delle università europee ed extraeuropee con cui l'ateneo di Teramo che ha o avrà siglato un accordo bilaterale di scambio.

11. Lo studente potrà acquisire presso Università straniere fino a 60 CFU relativi ad attività previste dal Piano di studio, purché: 1) il progetto rientri in una convenzione o in un programma di cooperazione universitaria; 2) sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Delegato Erasmus di Dipartimento o del Delegato all'internazionalizzazione di Dipartimento; 3) siano comunque stati rispettati tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del Regolamento di Ateneo per la mobilità internazionale studenti.

Art. 8 – Attività ad autonoma scelta dello studente

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. a), D.M. 270/2004, il Consiglio di Corso di Studio in DAMS 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 D.M. 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 CdS.

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. Nelle prime fasi della carriera universitaria degli studenti, il tutorato ha il compito di contribuire a colmare la distanza tra la scuola secondaria e il mondo universitario, al fine di attenuare le difficoltà di adeguamento alle diverse metodologie di studio attive nelle due distinte aree di formazione.

2. 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.

L'attività orientamento in itinere è effettuata anche dal Responsabile del Servizio Supporto Qualità e Didattica, che facilita i processi formativi interagendo con i docenti, studenti, uffici amministrativi, aziende ed enti esterni.

3. Il Consiglio di Corso di Studio prevede che sia assegnato a ogni studente un docente/tutor individuale, che lo segue durante tutta la carriera universitaria.

Art. 10 – Stage e tirocini

Stage-tirocini, workshop e periodi di studio all'estero

Durante la propria carriera universitaria, lo studente del Corso è tenuto a partecipare ad attività formative utili "per l'inserimento nel mondo del lavoro" e "per agevolare le scelte professionali, mediante la conoscenza diretta del settore lavorativo" (D.M. 270/2004, art. 10, c. 5, lettera d). A questa tipologia formativa appartengono attività di workshop, di *stage* e di tirocinio.

Workshop

1. Alla partecipazione delle attività formative professionalizzanti, come *workshop* e seminari, verranno attribuiti crediti formativi in ragione dell'impegno e della durata dell'attività stessa, così come stabilito dal Consiglio di Corso di Studio e dal Consiglio di Dipartimento.

Stage-tirocini

2. Le attività di *stage* e di tirocinio svolte in enti pubblici e privati, convenzionati con il Dipartimento/Ateneo, oppure altre attività formative riconosciute dal Consiglio di Dipartimento, non possono avere durata superiore a 12 mesi e devono prevedere almeno 150 ore di impegno; per tali attività, saranno riconosciuti allo studente CFU alla voce "Stage e altre attività formative", in misura di un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze e la relazione finale dello studente, per un massimo di 6 CFU.

3. In alternativa al conseguimento, secondo le modalità sopra esposte, dei CFU previsti alla voce "Tirocini formativi e di orientamento", lo studente può chiedere al Consiglio di Dipartimento il riconoscimento come CFU, di abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché delle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario. Tali abilità, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso, sono riconosciute nel rispetto della normativa vigente in materia, che ne consente il riconoscimento in misura non superiore a 12 CFU.

Il riconoscimento di CFU è disciplinato da Linee Guida approvate dal Consiglio di Dipartimento, alle quali si rimanda.

Periodi di studio all'estero

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

Art. 11 – Riconoscimento di crediti formativi per attività extracurricolari

1. Ai sensi dell'articolo 14 comma 2 della legge n. 240 del 30 dicembre 2010, così come modificato dal D.L. n. 19 del 2 marzo 2024 e dal DM 931 del 4 luglio 2024, è possibile il riconoscimento, ai fini dell'attribuzione di CFU, di: 1) conoscenze e abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario; 2) attività formative svolte nei cicli di studio presso gli istituti di formazione della pubblica amministrazione, nonché alle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario, alla cui progettazione e realizzazione l'università abbia concorso; 3) conseguimento da parte dello/a studente/essa di medaglia olimpica o paralimpica ovvero del titolo di campione mondiale assoluto, campione europeo assoluto o campione italiano assoluto nelle discipline riconosciute dal Comitato olimpico nazionale italiano o dal Comitato italiano paralimpico.

2. Il limite massimo di crediti riconoscibili è pari a 48 CFU.

3. Le modalità per il riconoscimento dei CFU sono disciplinate, in conformità con quanto previsto dall'art. 3 comma 1 DM 931 del 4 luglio 2024, dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 12 – Prova finale



1. La prova finale, che permette il conseguimento della laurea in DAMS, consiste nella predisposizione di un elaborato su un argomento, concordato con un docente/relatore del Corso di Studio; le procedure e le linee guida per la prova finale sono contenute nella voce Tesi di laurea della pagina di Dipartimento.
2. L'elaborato finale deve essere redatto in modo originale e deve comprovare le capacità dello studente: nell'applicare correttamente le conoscenze apprese; nel ragionare autonomamente sulle conoscenze; nel dominare la strumentazione metodologica acquisita.
3. È dovere del docente/relatore vigilare e supportare l'attività dello studente e verificare attentamente l'adeguatezza dell'elaborato per l'ammissione all'esame finale.
4. L'elaborato finale dà diritto all'acquisizione di 6 CFU.
5. L'elaborato finale è oggetto di valutazione da parte della Commissione di laurea, nominata dal Preside.

Art. 13 – Norme finali e transitorie

1. Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di CdS e approvate dal Consiglio di Dipartimento.
2. Per quanto non previsto dal presente Regolamento didattico si rinvia al Regolamento Didattico di Ateneo.

I ANNO

Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formative	Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)	Eventuale mutuaione da altro corso di studio della Facoltà o di altre Facoltà	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
Semiotica (Caratterizzante)	Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	M-FIL/05	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	12	60
Storia dell'arte (Caratterizzante)	Discipline storico-artistiche	L-ART/02	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	12	60
Cinema, fotografia e media visuali (Caratterizzante)	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	L-ART/06	Insegnamento	NO		https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	12	60
Musicologia applicata (Caratterizzante)	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	L-ART/07	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	12	60
English for visual and performing arts (Caratterizzante)	Discipline Linguistiche	L-LIN/12	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	9	45
Lingua italiana contemporanea (Base)	Discipline linguistiche e letterarie	L-FIL-LET/12	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30

II ANNO

Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formative	Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto	Eventuale mutuaione da altro corso di studio della Facoltà o	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
---	---------------------	-----	--------------------	---	--	---	-----	-----

					l'esame di)				
Ordinamento e legislazione della cultura (Affine)		Attività formative affini o integrative	IUS/21	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30
Management per le attività culturali (Affine)		Attività formative affini o integrative	SECS-P/07	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	12	60
Storia, cultura e opinione pubblica nell'età contemporanea (Base)		Discipline storiche	M-STO/04	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	9	45
Sociologia e letteratura (Caratterizzante)		Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	SPS/07	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30
Un insegnamento a scelta tra	Storia e teorie della danza	Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	L-ART/05	Insegnamento	NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30
	Musica e cinema		L-ART/07		NO	Mutuato da L20	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30
A scelta dello studente (Altre attività)		Altre attività		Insegnamento	NO		https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	30
Tirocini formativi e di orientamento (Altre attività)		Altre attività			NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	
Ulteriori conoscenze linguistiche (Altre attività)		Per la conoscenza di almeno una lingua straniera			NO	NO	https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	3	
Prova finale		Altre attività					https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione	6	



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

Università degli Studi di Teramo

Regolamento Didattico del Corso di Studio

in

“COMUNICAZIONE, MARKETING E INNOVAZIONE DIGITALE” - CoMInD

Classe LM-59 R

Anno Accademico 2025-2026

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO

Regolamento didattico del Corso di Studio in COMUNICAZIONE, MARKETING E INNOVAZIONE DIGITALE

Classe LM-59 R -DM 22.10.2004 n. 270 e successivi
Anno Accademico 2025/20206

Art. 1 – Informazioni generali sul corso	
Ateneo:	Università degli Studi di Teramo
Denominazione del Corso in italiano:	COMUNICAZIONE, MARKETING E INNOVAZIONE DIGITALE
Denominazione del Corso in inglese:	Communication, Marketing and Digital Innovation
Classe:	LM-59 R
Programmazione degli accessi	- Nazionale no - Locale no
Lingua in cui si tiene il Corso	Italiano
Modalità di svolgimento delle attività formative	Corso di studio convenzionale
Durata legale del Corso di studi:	2 anni
Titolo rilasciato:	Laurea Magistrale
Dipartimento di afferenza:	Dipartimento di Scienze della Comunicazione
Sede didattica del Corso:	Campus di Coste Sant'Agostino Via Renato Balzarini 1 - 64100 Teramo
Presidente del Corso:	Prof. Manuel De Nicola
Organo collegiale di gestione del Corso	Consiglio del Corso di Studio
Indirizzo internet del Corso:	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59

Art. 2 – Breve descrizione del Corso

1. Denominazione del Corso di studio:

È istituito presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione il Corso di studio in “Comunicazione, marketing e innovazione digitale”, appartenente alla Classe LM-59 R delle lauree magistrali in “Scienze della comunicazione pubblica, d’impresa e pubblicità”.

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, marketing e innovazione digitale”;
- f) per titolo di studio, la Laurea Magistrale in “Comunicazione, marketing e innovazione digitale”.

2. Il corso di studio in breve:

Il CdS mira a fornire conoscenze teoriche, strumenti analitici e professionali finalizzati alla progettazione e gestione efficace ed efficiente della comunicazione di una organizzazione, che sia appartenente al mondo delle imprese, delle aziende e degli enti pubblici, delle organizzazioni no-profit internazionali ovvero degli enti del Terzo settore italiano.

I laureati devono possedere le conoscenze economico-aziendali, sociologiche, informatiche e telematiche, logiche, linguistiche e giuridiche necessarie a muoversi agevolmente nella progettazione e nella gestione della comunicazione istituzionale, pubblica, organizzativa, sociale, ambientale, aziendale e d’impresa.

I laureati devono saper progettare modelli, processi e azioni di comunicazione come, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, piani di comunicazione integrata; piani di business; piani strategici e di marketing; piani editoriali; metodologie di ricerca dati e interpretazione di fenomeni sociali, culturali, produttivi e del consumo; documenti di reporting e disclosure non-finanziario; piani di stakeholder engagement; piani di promozione; campagne informative e di sensibilizzazione; misurazione e gestione della reputazione e simili). A tal fine, il laureato deve saper gestire anche strumenti di comunicazione basati sull’impiego delle smart technologies quali, ad esempio, IoT, blockchain, big data analytics, chatbot, Large Language Model (LLM) e più in generale base di dati, sistemi di apprendimento automatico, machine learning e tutte le altre forme di intelligenza artificiale.

In aggiunta, le varie azioni e soluzioni comunicative da progettare devono poter essere erogate e/o applicate in contesti relazionali altamente digitalizzati, come gli ambienti dei social network, le relazioni umane mediate da intelligenze artificiali, le relazioni umane con intelligenze artificiali o persone sintetiche e, infine, relazioni tra intelligenze artificiali che in qualche modo operano su delega esplicita o implicita di organizzazioni e soggetti fisici.

Il corso mira anche a sviluppare abilità per gestire la comunicazione interna ed esterna, nonché abilità di diagnosi organizzativa, di pianificazione, di decisione, di coinvolgimento e leadership, di persuasione e negoziazione.

Si terranno in considerazione la ritenzione di informazioni, la competenza linguistica specialistica, la capacità di organizzare i concetti, di rielaborare e produrre idee nuove.

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

Gli obiettivi formativi sono riconducibili alle seguenti aree di apprendimento:

1. area della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria;
2. area dell'analisi quali-quantitativa degli eco-sistemi sociali e digitali;
3. area dei linguaggi, delle tecnologie digitali e delle tecniche della comunicazione mediale.

3. Cosa si impara:

- Creare piani strategici di marketing e di gestione della reputazione, campagne di sensibilizzazione e di stakeholder engagement, report di sostenibilità, social media strategy e piani editoriali.
- Creare strategie di comunicazione per diversi contesti, dal business alle istituzioni.
- Progettare piani editoriali, di marketing e di stakeholder engagement.
- Gestire la reputazione e sviluppare campagne di sensibilizzazione, anche online.
- Affiancare agli strumenti tradizionali l'uso di tecnologie avanzate come AI, LLM, blockchain, big data e machine learning per ottimizzare i processi comunicativi.
- Comprendere e gestire le dinamiche di content creation e comunicazione nei social network, nelle APP e nei contesti digitalizzati, incluse le interazioni uomo-AI e AI-AI;
- Sviluppare soft skills fondamentali come leadership, negoziazione e capacità decisionale.

Grazie alle aree sopra descritte, le figure professionali che il Corso si propone di formare, nel rispetto delle previsioni della classe e in coerenza con le attuali esigenze del mercato (rilevate anche tramite il dialogo con gli stakeholder di riferimento), sono orientate a svolgere le seguenti attività e ad assumerne le rispettive responsabilità:

1. comunicazione aziendale e relazioni con gli stakeholder;
2. progettazione e realizzazione di piani di marketing digitale, business design, ricerca sociale e comunicazione integrata;
3. progettazione e coordinamento di attività di comunicazione digitale.

La didattica è di norma organizzata per ciascun anno in due cicli coordinati convenzionalmente chiamati semestri a loro volta suddivisi in due quarter ciascuno. 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.

L'attività d'aula è in larga parte basata sull'apprendimento attivo con discussioni ed esercitazioni su case study e team work. La formazione è completata da seminari professionalizzanti e da esperienze di tirocinio in azienda.

La didattica del CdS si inserisce nell'ambito della pianificazione strategica dell'Ateneo che si caratterizza per la centralità dello/a studente/essa 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.

Le studentesse e gli studenti assumono un ruolo più attivo, stimolato anche da modalità didattiche basate sul problem solving alla cui progettazione sono coinvolti direttamente quei soggetti istituzionali, aziende, professionisti ed altri enti che svolgono le attività menzionate sopra. Inoltre, con il ricorso a nuove tecnologie e a modalità integrate di e-learning, gli studenti hanno a disposizione lezioni erogabili online (nel rispetto delle previsioni di legge) oltre che materiali di supporto ed attività di apprendimento asincrono fruibili online prima e dopo le lezioni.

Il Corso di Laurea si struttura in 12 insegnamenti obbligatori (dei quali uno è erogato in inglese e valutato con idoneità) e 2 insegnamenti a scelta, oltre al tirocinio che può essere acquisito sin dal primo anno. I corsi a scelta consentono di personalizzare, almeno in parte, il percorso formativo; sono previsti per 2 insegnamenti (per 12 CFU) a scelta dello/a studente/essa, che possono essere acquisiti sia tra gli insegnamenti previsti dal CdS, sia tra quelli erogati da altri corsi di studio magistrali dell'Ateneo.

Il Corso ha durata di due anni e porta al conseguimento di 120 crediti formativi con il superamento della prova finale.

Le testimonianze rese da professionisti e le esperienze di tirocinio in azienda serviranno ad avvicinare alla pratica quotidiana dei profili professionali progettati. Lo sviluppo delle conoscenze sarà verificato con apposite prove e colloqui (in itinere e alla fine di ogni corso), soprattutto mediante strumenti di valutazione formativa oltre che sommativa, come prove in autovalutazione, lavori di gruppo ed 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. Il laureato deve essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli appresi per diagnosticare problemi organizzativi inerenti ai rapporti socio-economici e per ideare strategie di soluzione.

Lo svolgimento degli insegnamenti avviene su base semestrale. Il rapporto ore di didattica erogata/CFU è di 5/1. Non sono previste propedeuticità fra i diversi insegnamenti, anche se lo svolgimento del percorso prevede una consecutio logica che mira a favorire un apprendimento coerente. La frequenza non è obbligatoria, anche se la dimensione di applicazione delle conoscenze, perseguita da ogni insegnamento, la rende utile.

È previsto anche un tirocinio formativo da 150 ore (6 CFU) da svolgere presso organizzazioni pubbliche o private convenzionate con il Dipartimento di Scienze della comunicazione sin dal primo anno di corso. Il tirocinio contribuisce a sviluppare – e verificare – la capacità di applicare le conoscenze acquisite e l'autonomia di giudizio, oltre a rappresentare un'attività importante per mettere alla prova le proprie abilità comunicative e capacità di apprendimento.

Il percorso formativo si conclude con la prova finale, che consiste nella redazione di un elaborato sotto la guida di un/una docente del Corso di Studio.

Durante il percorso è possibile partecipare, nel quadro di accordi di mobilità internazionale, a programmi di soggiorno per studio o traineeship presso altre università, enti di ricerca e strutture private internazionali. Nell'ambito di tali programmi è possibile svolgere periodi di tirocinio all'estero, al fine di consentire a studentesse/studenti di confrontare le proprie conoscenze e competenze in un contesto non solo nazionale.

Infine, il Corso di Studio ha introdotto un Percorso di eccellenza (PDE), con lo scopo di valorizzare la formazione di studentesse e studenti più meritevoli. Esso prevede vari tipi di attività di approfondimento e integrazione culturale negli ambiti disciplinari del CdS. L'accesso al PDE e le modalità del suo svolgimento sono stabiliti in apposito Regolamento pubblicato sul sito web istituzionale.

Prospetto degli insegnamenti (tra parentesi i crediti formativi di ogni attività formativa)

Primo anno

- Razionalità e decision making (6 CFU)
- Management e business planning (9 CFU)
- Risorse umane e innovazione digitale (6 CFU)
- English communication skills lab* (6 CFU)
- Semiotica della pubblicità e del consumo (6 CFU)
- Marketing digitale (12 CFU)
- Diritto internazionale sugli investimenti in digitalizzazione (6 CFU)
- Un esame a scelta (6 CFU)
- Tirocinio (si può fare già dal primo anno) (6 CFU)

Secondo anno

- Management dell'innovazione (6 CFU)
- Metodi di ricerca sociale (9 CFU)
- Sustainability reporting e digital accountability (6 CFU)

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

- Ecosistemi digitali e società globale (6 CFU)
- Tecnologie informatiche avanzate e intelligenza artificiale (12 CFU)
- Un esame a scelta (6 CFU)
- Tesi (12 CFU)

*erogato in inglese

Gli insegnamenti a scelta, soggetti a revisione di anno in anno, mirano ad approfondire, tra gli altri, le seguenti tematiche: Psicologia dei Media Digitali, Copywriting e linguaggi digitali, Project Management, Tecniche di ricerca di mercato, Reputation lab, EU investment Law, Big data analytics, Sicurezza informatica.

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

Gli obiettivi di apprendimento da raggiungere prevedono che i laureati maturino conoscenze e altre capacità necessarie a comprendere e a gestire operativamente, in tutte le varie tipologie di aziende e organizzazioni, le varie attività riconducibili ai tre ambiti professionali nei quali i laureati sono in procinto di approdare.

Lo sviluppo di conoscenze cui il corso mira è assicurato dalla varietà di insegnamenti (economici, sociologici, informatici, filosofico-logici, filosofico-semiotici, giuridici, psicologici). Sono stati progettati in ossequio alla bipartizione degli ambiti caratterizzanti la classe, quali quelli riconducibili alle Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa, da un lato, e quelli appartenenti alle Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi, dall'altro. Inoltre, le attività affini e integrative contribuiscono a rafforzare le capacità di analisi decisionale, di compliance regolamentare dei processi comunicativi e organizzativi in contesti internazionali digitalizzati che riguardano operatività di tipo pubblico, privato e del terzo settore. Tra gli insegnamenti a scelta si garantisce adeguato margine di approfondimento su aspetti complementari a quelli esposti sopra, come quelli legati ai linguaggi digitali, alla reputazione, alle tecniche di ricerche per il marketing, ai modelli e ai metodi di valutazione della gestione dei progetti, alla regolamentazione di riferimento in ambito UE, alla sicurezza informatica e ai big data.

Lo sviluppo delle conoscenze e il grado di raggiungimento degli obiettivi formativi saranno verificati con apposite prove in itinere e alla fine di ogni corso, sia con test di autovalutazione sincrona e asincrona, che con l'elaborazione e presentazione di lavori di gruppo ed elaborati individuali intermedie e finali, e da condividere su piattaforme digitali di LMS.

Per una immediata applicazione delle conoscenze descritte sopra, si curano e si allenano, in particolare, le capacità di diagnosticare e risolvere i problemi della comunicazione, del marketing e dell'innovazione digitale utilizzando concetti, schemi, modelli e strumenti appresi, secondo le specificità riconducibili alle tre aree descritte più avanti.

Lo sviluppo delle capacità di applicazione, per tutte le aree disciplinari, sarà promosso non solo attraverso le lezioni frontali – strutturate in modo da evidenziare costantemente gli aspetti applicativi – ma, soprattutto, attraverso tecniche di didattica attiva e partecipata. Si rafforzerà il ricorso a tecniche, già consolidate tra i docenti del CdS, come la flipped classroom e l'apprendimento cooperativo tra pari, che proiettano gli studenti a ricercare e scoprire in prima persona la soluzione ad un certo problema di apprendimento, in luogo di approcci più tradizionali nei quali il docente descrive o trasferisce la soluzione stessa. Al riguardo saranno utilizzate

discussioni, esercitazioni, case studies e project works. Saranno inoltre progettate iniziative innovative come “challenge” e “hackathon” in collaborazione con i rappresentanti delle professioni di riferimento quali, manager, consulenti e altri ruoli di governo di enti privati e pubblici oltre che imprenditori e startupper: si sottoporranno agli studenti problematiche sfidanti, per la soluzione delle quali si dovranno riorganizzare

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

applicare le conoscenze teoriche acquisite in aula.

Lo sviluppo delle capacità di applicazione, inoltre, sarà verificato con le stesse prove - sia formative che sommative - adoperate per la verifica del raggiungimento degli obiettivi di conoscenza. Parimenti, il

Il raggiungimento delle competenze descritte sarà verificato in maniera continuativa durante l'intero svolgimento di ciascun insegnamento, attraverso le iniziative di didattica esperienziale su citate. Durante tali esperienze, infatti, gli studenti avranno modo di sottoporre le proprie proposte alle critiche di panel composti da professionisti e attori del mercato del lavoro di riferimento. La progettazione delle esperienze di tirocinio, parimenti, seguirà la medesima impostazione e sarà orientata ad avvicinare alla pratica quotidiana del decision making, della valutazione dei rischi e della consapevolezza della gestione di processi professionali reali. Perciò sarà di regola accompagnata da lavoro di progettazione e reporting.

Di seguito si descrivono conoscenza, comprensione e relative capacità applicative distinguendole per le aree del Corso di studi.

1) Area della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria

Conoscenza e comprensione

Le attività didattiche di tale area consentono a studentesse e studenti di acquisire padronanza dei sistemi di comunicazione aziendale interna ed esterna e le relative modalità di progettazione e gestione, anche tramite opportuni strumenti testuali e non testuali. Con riferimento agli approfondimenti di quest'area, il percorso è orientato a fornire conoscenze e capacità di comprensione su:

- il business planning e il business design, anche in ottica digitale;
- il concetto di sostenibilità e di reporting ad esso connesso;
- la gestione della comunicazione e del rapporto con gli stakeholder;
- framework e standard internazionali in tema di reporting non-finanziario e sostenibilità declinata anche in termini di impatti e rischi della digitalizzazione;
- teorie e modelli di decision making e di valutazione di reputazione/attendibilità riferibile ai soggetti/oggetti collegati a informazioni e messaggi caratterizzanti la comunicazione anche quella mediata da AI;
- la gestione dei social media;
- la progettazione ed esecuzione di digital content analysis;
- le tecniche di copywriting e influencer marketing.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le laureate e i laureati saranno in grado di utilizzare concetti, schemi e metodologie analitiche per interpretare in maniera approfondita gli obiettivi aziendali, le variabili di mercato e i singoli fenomeni organizzativi, acquisendo la capacità di decifrare in modo critico l'impatto strategico di ciascun elemento, con particolare attenzione alla disclosure non finanziaria e alle relazioni con gli stakeholder.

In questo contesto, il percorso formativo fornirà strumenti per sviluppare e implementare piani di comunicazione integrati e strategie di stakeholder engagement, applicando modelli teorici e pratici che tengono conto delle dinamiche di mercato e delle specificità di ogni settore.

Esempi di applicazione di conoscenza e comprensione riguardano la progettazione e gestione di piani di comunicazione e piani di stakeholder engagement, soprattutto nelle sempre più richieste aree della responsabilità digitale, sociale e ambientale nonché dei processi produttivi di prodotti o servizi.

A ciò si aggiunge la redazione di bilanci sociali o, sustainability report, di altra rendicontazione non-finanziaria; la comunicazione e il marketing in ottica transmediale; il social media management e community management; per lo sviluppo e il monitoraggio della reputazione online e su altri ambienti digitalizzati come le app.

Gli insegnamenti (e le attività didattiche con idoneità) sono riportati secondo il diverso ruolo ricoperto rispetto ai processi di apprendimento dell'area.

2) Area dell'analisi quali-quantitativa degli eco-sistemi sociali e digitali

Conoscenza e comprensione

Le attività didattiche di tale area consentono a studentesse e studenti di acquisire padronanza nell'analisi e nell'interpretazione delle relazioni che hanno luogo negli attuali ecosistemi digitali tra società, produzione di beni e mondo dell'industria e del lavoro. Con riferimento agli approfondimenti di quest'area, il percorso è orientato a fornire conoscenze e capacità di comprensione su:

- le relazioni, anche in contesti globalizzati, tra stili di comportamento sociale, da un lato, comunicazione, i suoi media e i suoi linguaggi, dall'altro;
- la modalità di raccolta, di selezione e di analisi di dati qualitativi e quantitativi su fenomeni attinenti ai processi socio-economici e di mercato;
- le metodologie da porre in essere per progettare programmi di ricerca sul campo, conoscendone i presupposti teorici;
- gli approcci più significativi nella gestione delle dinamiche organizzative, relazionali e psicosociali contestualizzate negli ambienti di lavoro, sempre più gestiti tramite approcci e strumenti digitali;
- le nuove dinamiche relazionali in contesti altamente digitalizzati, che rappresentano un presupposto/obiettivo pedagogico trasversale e irrinunciabile per gestire, in qualsiasi contesto attuale (lavorativo o privato) le relazioni umane mediate da intelligenze artificiali, le relazioni umane con intelligenze artificiali o persone sintetiche e, infine, relazioni tra intelligenze artificiali che in qualche modo operano su delega esplicita o implicita di organizzazioni e soggetti fisici;
- i principali modelli di governance delle varie organizzazioni profit e non profit, specie di quelli più idonee ad affrontare l'attuale contesto socio-economico e quello futuro;
- gli strumenti di digital content analysis.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La studentessa/lo studente sarà in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli acquisiti nella risoluzione di problematiche logico-procedurali, al fine di ideare strategie e progettualità volte alla comunicazione e alla soluzione di aspetti metodologici e organizzativi complessi. In particolare, svilupperà la capacità di raccogliere, selezionare e analizzare dati qualitativi e quantitativi relativi a fenomeni legati ai processi economico-aziendali e alle dinamiche organizzative. La preparazione acquisita permetterà di elaborare soluzioni innovative e basate su evidenze empiriche, integrando approcci teorici e pratici per affrontare le sfide della comunicazione strategica e della gestione organizzativa in contesti dinamici e in continua evoluzione.

Esempi di applicazione di conoscenza e comprensione riguardano la progettazione e gestione di:

- metodologie di ricerca socio-economica, anche basata su strumenti digitali;
- piani di divulgazione scientifica;
- piani di divulgazione legati ai mondi delle professioni;
- piani di comunicazione legati a tematiche sulla digitalizzazione, sociali e ambientali, nonché a eventuali e connessi documenti di rendicontazione su tali aspetti;
- programmi di ricerca sul campo, conoscendone i presupposti teorici, nonché le possibilità applicative in ambito aziendale, di mercato e sociale.

Gli insegnamenti (e le attività didattiche con idoneità) sono riportati secondo il diverso ruolo ricoperto rispetto ai processi di apprendimento dell'area.

3) Area dei linguaggi, delle tecnologie digitali e delle tecniche della comunicazione mediale

Conoscenza e comprensione

Le studentesse e gli studenti dovranno conoscere e comprendere le teorie e le tecniche dei linguaggi e della

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

comunicazione in un'ottica multidimensionale: "oggettiva" (tipica della logica, dell'informatica e delle scienze esatte), "soggettiva" (in cui si ammette libertà di interpretazione) e anche nella dimensione "creativa" (attribuita -quasi- esclusivamente agli esseri umani, in cui si ammette libertà di interpretazione). Gli approfondimenti di tali conoscenze e capacità di comprensione riguardano, più specificamente:

- linguaggi, approcci relazionali e strumenti pratici che sono inevitabilmente condizionati dalla dirompente diffusione in qualsiasi attività (profit o non-profit) di smart technologies, AI, big data, LLM, blockchain;
- teorie e tecnologie dell'informazione e della comunicazione che le organizzazioni possano utilizzare come mezzo di risoluzione automatica di problemi in un contesto globale altamente digitalizzato;
- le tecniche di analisi qualitativa della comunicazione, con particolare riferimento al linguaggio della pubblicità e dei media digitali;
- le politiche di regolamentazione giuridica sui mercati europei e internazionali circa le innovazioni digitali, gli strumenti AI;
- le tecniche SEO per il digital reputation management;
- il copywriting e la progettazione di CMS e CRM per le relazioni di marketing e di influencer marketing.
- la sicurezza e l'etica digitale.

Inoltre i laureati devono conoscere l'inglese in modo da saperlo usare in maniera fluente nei contesti e nelle aree professionali di riferimento per il Corso di studi.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La studentessa/lo studente sarà essere in grado di applicare in modo efficace le conoscenze e la comprensione acquisite nell'area, selezionando opportunamente i linguaggi, le tecnologie e le tecniche più idonee per analizzare i fabbisogni di comunicazione, in relazione ai peculiari obiettivi strategici delle organizzazioni, siano esse profit o non-profit. Fondamentale saranno la conoscenza e la capacità di analisi del contesto di riferimento, in quanto le scelte metodologiche e tecnologiche saranno inevitabilmente influenzate dalla rapida diffusione di smart technologies, intelligenza artificiale, big data, modelli linguistici di grandi dimensioni (LLM) e blockchain, che stanno ridefinendo il panorama della comunicazione e delle dinamiche organizzative.

Esempi di applicazione di conoscenza e comprensione riguardano: la progettazione e gestione di base di dati, dei sistemi informativi, sistemi di apprendimento automatico, machine learning e tutte le altre forme di intelligenza artificiale a supporto della comunicazione; la capacità di analizzare criticamente i contenuti della comunicazione digitale; la capacità di sviluppare contenuti efficaci per la comunicazione strategica anche attraverso l'uso delle nuove tecnologie; la capacità di utilizzare coerentemente il linguaggio verbale e visivo in relazione al panorama dei nuovi media digitali.

Gli insegnamenti (e le attività didattiche con idoneità) sono riportati secondo il diverso ruolo ricoperto rispetto ai processi di apprendimento dell'area.

La prova finale, alla quale si accede previo superamento degli esami disciplinari e delle ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d), consiste nella preparazione di un elaborato scritto (Tesi) e nella sua presentazione e discussione di fronte a una Commissione di Laurea, come disciplinato dal successivo articolo n. 12.

Art. 5 – Ambiti occupazionali previsti

Il Corso di Studio, tenendo conto della domanda del mercato del lavoro e del settore delle professioni, sviluppa i seguenti profili professionali:

- Stakeholder Relations Manager

Lo Stakeholder Relations Manager è responsabile della gestione della comunicazione e delle relazioni con gli stakeholder. Il suo ruolo prevede la selezione dei contenuti da divulgare, nonché la scelta degli strumenti e dei canali di comunicazione più adatti, in base alle specifiche dinamiche relazionali con diversi gruppi di interesse.

La sua attività si estende sia al contesto delle aziende for-profit, curando la comunicazione con i clienti, sia a quello delle organizzazioni non profit, gestendo il rapporto con gli utenti dei servizi offerti. Le principali funzioni che questo specialista 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 digitale, sociale e ambientale, nonché dei processi produttivi di beni o servizi; predisposizione di bilanci sociali, sustainability reports, rendicontazione non-finanziaria e altri report tematici, in autonomia o in staff rispetto ad aree tecniche aziendali o ad altri professionisti; gestione delle relazioni e dei processi comunicativi interni ed esterni. Coerentemente con questo profilo, i laureati potranno operare 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, piccole-medie imprese di svariati settori, grandi imprese quotate, 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.

- Digital Marketing and Social Media Manager

Il profilo svolge la funzione di progettazione della comunicazione per il marketing, gestisce i budget pubblicitari, la comunicazione integrata e lo sviluppo di business mediante strumenti digitali e AI. Cura i canali social aziendali e definisce la social media strategy. Progetta ed esegue attività di content marketing, creando strategie complete per promuovere attività sui nuovi ambienti digitali che dai social media si stanno spostando progressivamente sulle applicazioni per l'engagement e per la produzione. Pianifica, coordina e monitora tutte le strategie di digital marketing, SEO Strategy; analizza le performance, intercetta rapporti strategici con blogger e influencer attraverso la Digital PR & Social Branding, rafforzando gli obiettivi di business, Customer relationship management. Conosce i meccanismi di formazione e misurazione della reputazione, anche quella online. Le principali funzioni che il Digital Marketing & Social Media Manager può essere chiamato a svolgere si collocano nelle "operations", cioè nelle attività centrali dei processi produttivi di beni o servizi, o in staff rispetto ad esse e alle altre aree tecniche aziendali ovvero rispetto ad altri professionisti. I contenuti delle attività possono essere: progettazione di piani di marketing, business design, gestione del cambiamento digitale. Il profilo in esame può coprire agevolmente la funzione di project manager in ambito di coordinamento di campagne di comunicazione e marketing, anche in ottica transmediale, così come nel social media management e nel community management e in altri ambienti digitalizzati.

- Digital Communication Manager

Il manager della comunicazione digitale deve possedere conoscenze teoriche e metodologiche specialistiche relative ai continui processi di innovazione della comunicazione digitale e agli impatti che subisce per effetto dello sviluppo incessante delle AI e delle altre tecnologie digitali. In particolare, con riferimento quest'ultimo aspetto, deve acquisire conoscenze e competenze che permettano di selezionare e usare coerentemente smart technologies quali: IoT, blockchain, big data & analytics, chatbot, Large Language Model e, più in generale, base di dati, sistemi di apprendimento automatico, machine learning e tutte le altre forme di intelligenza

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

artificiale a supporto della comunicazione. Le competenze più specifiche da maturare riguardano la creazione automatizzata di testi, immagini, video e hashtag per oggetti testuali quali: post sui social media, informative per packaging, per valorizzare il brand o la relazione con stakeholder e clienti. Altri ambiti caratterizzanti le competenze della figura sono quelli: della progettazione di base di dati a supporto del sistema di pianificazione strategica e operativa, del sistema decisionale, dell'analisi automatizzata delle vendite, delle performance di sostenibilità e di natura non-finanziaria della relazione con gli stakeholder, dell'analisi qualitativa di testi della comunicazione pubblicitaria e delle strategie digitali delle imprese e delle organizzazioni. Di pari importanza è la conoscenza delle tecnologie informatiche e digitali per progettare l'analisi dei big data funzionale alla comunicazione organizzativa e d'impresa, così come la capacità di usare le tecnologie digitali per l'analisi e l'intercettazione dei trend di consumo nei nuovi contesti digitali. Deve anche saper individuare i rischi connessi alle responsabilità digitali e ai problemi della cybersecurity in ottica giuridica ed etica. Il profilo in esame può inserirsi come project manager nelle aree di supporto al "digital/chief information officer", al responsabile della cybersecurity, del marketing e/o aree aziendali o di consulenza professionale affini. I laureati del Corso di Studi possono gestire anche unità che si occupano: dell'analisi strategica e dello sviluppo di contenuti, anche creativi, in un'ottica integrata e transmediale; della progettazione e della cura dello storytelling multimediale; della produzione di soluzioni di comunicazione per organizzazioni pubbliche, private e non profit, basate sull'uso di sistemi di intelligenza artificiale, analisi automatizzata del contenuto, nonché strumenti e tecniche avanzate di visualizzazione e rappresentazione. I laureati che coltivino con particolare interesse l'orientamento ai suddetti profili con l'obiettivo della ricerca scientifica possono ambire a candidarsi per il Dottorato di ricerca Unite in Economic and Social Sciences - ESS che rappresenta un percorso evolutivo pienamente allineato rispetto a quello dello stesso Corso di studi. Il Corso di Studi indice sistematicamente degli incontri con i suoi stakeholder al fine di condividere gli obiettivi dell'offerta formativa e confrontarsi sull'impostazione della stessa. L'obiettivo è favorire l'allineamento tra la costruzione del profilo professionale dei laureati e la soddisfazione dei fabbisogni dei soggetti che si apprestano ad accogliere le loro le carriere professionali.

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

1. Requisiti per l'ammissione:

- a. 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.
- b. 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 1648/2023 (o corrispondenti nell'ex DM 509/99):

- L-20 Classe delle lauree in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
- L-3 Classe delle lauree in DISCIPLINE DELLE ARTI FIGURATIVE, DELLA MUSICA, DELLO SPETTACOLO E DELLA MODA
- L-36 Classe delle lauree in SCIENZE POLITICHE E DELLE RELAZIONI INTERNAZIONALI
- L/GASTR Classe delle lauree in SCIENZE, CULTURE E POLITICHE DELLA GASTRONOMIA
- L-2 Classe delle lauree in BIOTECNOLOGIE
- L-14 Classe delle lauree in SCIENZE DEI SERVIZI GIURIDICI
- L-15 Classe delle lauree in SCIENZE DEL TURISMO
- L-18 Classe delle lauree in SCIENZE DELL'ECONOMIA E DELLA GESTIONE AZIENDALE
- L-40 Classe delle lauree in SOCIOLOGIA
- L-26 Classe delle lauree in SCIENZE E TECNOLOGIE ALIMENTARI
- L-9 Classe delle lauree in INGEGNERIA INDUSTRIALE
- L-33 Classe delle lauree in SCIENZE ECONOMICHE
- L-8 Classe delle lauree in INGEGNERIA DELL'INFORMAZIONE
- L-31 Classe delle lauree in SCIENZE E TECNOLOGIE INFORMATICHE

- c. 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 6 CFU nei settori INF/01, ING-INF/05, o in eventuali abilità informatiche;
- almeno 6 CFU nei settori SPS/07, SPS/08, SPS/09 o SPS/10;
- almeno 6 CFU nei settori SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10.

Si richiede, altresì, un adeguato livello di competenze logiche, di analisi, comprensione e produzione di testi orali e scritti, di problem solving, di pensiero computazionale e il possesso di abilità sociali e comunicative.

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.

- d. Adegandosi a quanto richiesto dal DM 270/2004, il Corso di Studio definisce le conoscenze minime per l'accesso e le relative modalità di verifica. Nello specifico, il CdS verifica l'adeguata preparazione su conoscenze e competenze che rappresentano le basi per le seguenti aree di approfondimento:

- 1) comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicitaria;
- 2) analisi quali-quantitativa degli eco-sistemi sociali e digitali;
- 3) linguaggi, tecnologie digitali e tecniche della comunicazione mediale.

Il CdS effettua tale valutazione mediante un colloquio (o un test) con gli immatricolandi, svolto da una commissione composta da almeno due membri del CdS secondo un calendario pubblicato, e di volta in volta aggiornato, nella seguente pagina del sito web istituzionale di ateneo [https://www.unite.it/UniTE/Servizi/Orientamento_entrata/Corsi_di_studio_2025_26/Comunicazione Marketing e Innovazione Digitale LM 59/Comunicazione Marketing e Innovazione Digitale - Requisiti di ammissione](https://www.unite.it/UniTE/Servizi/Orientamento_entrata/Corsi_di_studio_2025_26/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_-_Requisiti_di_ammissione). L'esito del colloquio (o del test) è propedeutico alla finalizzazione dell'iscrizione al Corso di Studio. Sulla base dei risultati conseguiti nel test potranno essere attribuite



DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

attività integrative della preparazione personale delle studentesse e degli studenti.

- e. È consentito iscriversi al CdS in qualità di studente part-time. Le studentesse e gli studenti part-time svolgono le attività didattiche e conseguono i crediti di ciascun anno accademico al massimo in due anni. Il Consiglio del CdS, approva il piano di studio dello/a studente/essa part-time, con l'indicazione del numero di crediti annui, così come riportato in tabella:

Dipartimento	Classe	Corso studi	Indirizzo corso studi	Anno di corso	Annualità part-time	CFU previsti
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione, Marketing e Innovazione Digitale	/	1°	1^	33
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione, Marketing e Innovazione Digitale	/	1°	2^	30
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione, Marketing e Innovazione Digitale	/	2°	1^	27
Dipartimento di Scienze della Comunicazione	LM-59	Comunicazione, Marketing e Innovazione Digitale	/	2°	2^	30
CFU TOTALI						120

2. Procedura di iscrizione

a) Le studentesse/gli studenti interessate/i devono accedere alla pagina web di Ateneo "Immatricolazioni e Iscrizioni- Requisiti di ammissione ai Corsi di laurea magistrale" e seguire la procedura on line ivi riportata seguendo le relative indicazioni per presentare la "Domanda di valutazione dei requisiti curriculari";

b) Le studentesse/gli studenti con un titolo di accesso non diretto devono attenersi a quanto verrà deliberato dall'organo competente ed effettuare l'eventuale recupero dei crediti tramite iscrizione ai corsi singoli.

3. Trasferimento da altri corsi di studio:

In caso di 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

1. Conformemente a quanto previsto nel Regolamento Didattico di Ateneo, le attività didattiche del Corso di Studio si articolano in semestri in base al calendario approvato annualmente dal Consiglio di Dipartimento.
2. Secondo quanto stabilito dall'ordinamento del CdS, le attività didattiche prevedono lezioni frontali (sia in presenza che a distanza), didattica interattiva, didattica asincrona con discussioni, esercitazioni su case study e lavori di gruppo di problem solving. La formazione è completata da testimonianze aziendali, esperienze di tirocinio, nonché attività formative in lingua inglese, utili anche al fine del conseguimento dell'idoneità prevista. Si promuove anche l'orientamento alle attività di ricerca a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del CdS.
3. Conformemente a quanto stabilito dalla Legge e dal Regolamento Didattico di Ateneo, il Consiglio del Corso di Studio può deliberare annualmente forme di erogazione dell'attività didattica basate su piattaforme a distanza e/o applicazioni multimediali.
4. Il CdS, nell'organizzare la propria didattica, può riconoscere le esigenze specifiche di determinati gruppi di studenti/tesse, anche in relazione a convenzioni stipulate tra l'Ateneo o il Dipartimento e organizzazioni professionali. A tal fine possono essere previste e calendarizzate attività didattiche frontali ulteriori rispetto a quanto dichiarato nella SUA-CdS.
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. Gli esami di profitto di tali insegnamenti devono svolgersi conformemente a quanto stabilito dal Regolamento Didattico di Ateneo.
6. La frequenza alle lezioni non è obbligatoria. I/le docenti possono indicare nella scheda dell'insegnamento pubblicata sulla pagina web di Ateneo le eventuali attività didattiche o modalità di studio alternative a quelle adottate in aula, in favore di chi non può frequentare.
7. Nessun insegnamento è propedeutico ad altri. Nella scheda dell'insegnamento sono indicate eventuali conoscenze o prerequisiti progressi ritenuti opportuni.
8. Le lezioni relative alle materie afferenti al CdS rispettano le indicazioni sui giorni settimanali di didattica fornite dal Dipartimento. Il Consiglio del Corso di Studio, ad ogni modo, ai sensi dell'art. 46, c. 7, lett. c) dello Statuto di Ateneo, può, per comprovate ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del/la singolo docente, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli orari specifici.
9. Lo/la studente/tessa può recarsi all'estero, in qualità di exchange student, anche per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca finalizzata alla realizzazione della tesi di laurea, presso una delle università europee ed extraeuropee con cui l'Università di Teramo ha siglato o potrà siglare un accordo bilaterale di scambio.
10. Lo/la studente/tessa può altresì svolgere un'attività di Erasmus Traineeship, ovvero un'attività di tirocinio/stage curriculare all'estero presso enti o imprese convenzionate con l'Università di Teramo.
11. Lo/la studente/tessa potrà acquisire presso un'università straniera fino a 60 CFU relativi ad attività previste dal piano di studi, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria, sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Delegato di Dipartimento alla mobilità internazionale e siano comunque stati rispettati tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del Regolamento di Ateneo per la mobilità studenti nel quadro del Lifelong Learning Programme – Erasmus.
12. 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.
13. Ciascun credito formativo (CFU) corrisponde a 25 ore di attività formativa, comprensiva in 5 ore di didattica frontale per ciascun CFU.
14. La quantità di impegno complessivo di apprendimento svolto dallo studente a tempo pieno è fissata a 63 CFU, per I° anno, e 57 CFU per il II° anno del CdS.
15. Previa delibera del Consiglio di Dipartimento, 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.
16. I CFU attribuiti alle singole attività didattiche del CdS vengono acquisiti da studentesse e studenti 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.

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

17. Gli esami di profitto si o sono stabiliti in apposito Regolamento pubblicato sul sito web istituzionale.

Art. 8 – Attività ad autonoma scelta dello/a studente/essa

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 dei singoli studenti e studentesse, 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), alle studentesse e agli studenti 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. Le studentesse e gli studenti che intendano 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 di 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 Dipartimento attività di orientamento specifiche che possano essere svolte dai Delegati o Referenti di Dipartimento.

3. Ad ogni studentessa e studente viene assegnato un docente tutor, che lo segue durante tutta la sua carriera universitaria. In casi motivati, le studentesse e gli studenti possono richiedere al Presidente del CdS di essere assegnato ad un diverso docente-tutor.

4. Compatibilmente con le risorse annualmente stanziare, è attivata la figura del tutor studente, che svolge un ruolo ponte tra studenti e docenti con la finalità di orientare l'organizzazione più efficace del percorso di studio e apprendimento anche per evitare la dispersione e l'abbandono.

Art. 10 – Stage e tirocini

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. d), DM 270/2004, durante la propria carriera universitaria, e anche a partire dal primo anno di corso, le studentesse e gli studenti dovranno acquisire 6 CFU attraverso attività di “Tirocini formativi e di orientamento” o altre attività formative quali laboratori, hackathon, workshop e seminari debitamente certificati. All’attività di tirocinio sarà attribuito un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze. Le studentesse e gli studenti inoltre redigono una relazione finale sulla stessa attività.

2. Il tirocinio può essere svolto presso enti pubblici e privati convenzionati con l’Ateneo e/o direttamente con il dipartimento o altre strutture/Organi dell’Ateneo 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.

3. In alternativa al conseguimento, secondo le modalità sopra esposte, dei 6 CFU previsti per la voce “Tirocinio” lo/a studente/ssa può chiedere al Consiglio di Dipartimento il riconoscimento come crediti formativi universitari, secondo quanto previsto nell’articolo seguente.

Art. 11 – Riconoscimento di crediti formativi per attività extracurricolari

1. Ai sensi dell’articolo 14 comma 2 della legge n. 240 del 30 dicembre 2010, così come modificato dal D.L. n. 19 del 2 marzo 2024 e dal DM 931 del 4 luglio 2024, è possibile il riconoscimento, ai fini dell’attribuzione di CFU, di: 1) conoscenze e abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario; 2) attività formative svolte nei cicli di studio presso gli istituti di formazione della pubblica amministrazione, nonché alle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario, alla cui progettazione e realizzazione l’università abbia concorso; 3) conseguimento da parte dello/a studente/ssa di medaglia olimpica o paralimpica ovvero del titolo di campione mondiale assoluto, campione europeo assoluto o campione italiano assoluto nelle discipline riconosciute dal Comitato olimpico nazionale italiano o dal Comitato italiano paralimpico.

2. Il limite massimo di crediti riconoscibili è pari a 24 CFU.

3. Le modalità per il riconoscimento dei CFU sono disciplinate, in conformità con quanto previsto dall’art. 3 comma 1 DM 931 del 4 luglio 2024, dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 12 – Prova finale

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. c), DM 270/2004, l'ordinamento prevede fino a 6 cfu per la conoscenza di almeno una lingua straniera (inglese).

2. La prova finale per il conseguimento del titolo di studio consiste nella discussione di fronte ad una Commissione di Laurea, nominata dal/la Direttore/Direttrice del Dipartimento, di un elaborato scritto riguardante un argomento relativo ad una delle discipline previste dal CdS, e comporta l'acquisizione di 12 CFU. Tali CFU vengono acquisiti nel momento in cui le studentesse e gli studenti superano 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.

3. Per essere ammessi alla prova finale le studentesse e gli studenti devono aver conseguito tutti i CFU nelle attività formative e le idoneità previste dal piano di studi.

4. Lo/a studente/ssa 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 dei principi dell'istituzione universitaria.

5. È dovere del/la relatore/trice vigilare e supportare l'attività dello/a studente/ssa e verificare attentamente l'adeguatezza dell'elaborato per l'ammissione all'esame finale.

6. 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, e secondo le direttive dipartimentali, con una docente o 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:

- a. da una coerente ricognizione della letteratura scientifica (preferibilmente internazionale) dalla quale emerga l'opportunità e la significatività di porsi proprio tale domanda di ricerca, per colmare un gap attuale che altre fonti ritengono meritevole di indagare;
- b. dall'impiego di metodologie di indagine coerenti con il progetto di ricerca proposto;
- c. dalla presentazione del punto di vista del laureando elaborato in modo critico, chiaro ed originale circa le possibili risposte alle problematiche affrontate e alle relative implicazioni;
- d. dall'indicazione nel corpo del testo (o nelle note a piè di pagina) dettagliati rimandi ai riferimenti delle fonti scientifiche consultate e citate riportate in bibliografia, così come i riferimenti ad altri documenti o dati comunque consultati o prodotti ai fini dell'elaborazione della ricerca.

5. L'elaborato deve essere realizzato mediante una delle seguenti attività da parte dello/a studente/ssa:

- 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 consultazione o la raccolta (anche campionaria) di dati e informazioni da elaborare al fine di applicare e/o validare le conoscenze scientifiche di riferimento o comunque rispondere all'interrogativo posto.

6. 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.

7. In sede di discussione, il candidato deve esporre il proprio elaborato mettendo in evidenza la finalità

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

del lavoro svolto, le procedure utilizzate, i risultati ottenuti e le capacità acquisite.

8. La Commissione di Laurea può assegnare un punteggio da 0 a 5, a cui possono essere aggiunti ulteriori punti secondo quanto stabilito dalle Linee guida per la prova finale del Dipartimento di Scienze della comunicazione, comunque non oltre 8 punti. Tale punteggio viene sommato alla media (calcolata, secondo le vigenti procedure di Ateneo, sui voti ottenuti nelle attività formative valutate in trentesimi) convertita in centodecimi. Il voto complessivo finale è anch'esso espresso in centodecimi, con eventuale lode approvata all'unanimità dalla Commissione.

9. Al fine di conferire il punteggio del precedente comma, la Commissione tiene conto dei seguenti fattori, oltre quanto disposto dal comma n.6 dell'articolo in oggetto:

- a) qualità della carriera dello/a studente/essa;
- b) giudizio espresso dal relatore sui risultati conseguiti dallo/la studente nella preparazione e nella stesura dell'elaborato quanto ai punti riportati nel precedente comma n. 6;
- c) giudizio espresso dal correlatore, nominato dal Direttore del Dipartimento, quanto ai punti riportati nel precedente comma n.6.

Art. 13 – 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.

Si allega la tabella didattica programmata 25/26

I ANNO								
Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formativa	Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)	Eventuale mutazione da altro corso di studio del dipartimento o di Altro dipartimento	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
Razionalità e Decision Making Affine	Attività formative affini e integrative	M-FIL/02	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30
Risorse umane e innovazione digitale	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/09	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30
Management e business planning	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	9	45
Semiotica della pubblicità e del consumo	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30
Marketing Digitale	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/08	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	12	60
English communication skills lab	Per la prova finale e la lingua straniera	L-LIN/12	Insegnamento Per la conoscenza di almeno una	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30

			lingua straniera					
Diritto internazionale sugli investimenti in digitalizzazione	Attività formative affini e integrative	IUS/13	Insegnamento	No	No	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30

<p>1 Insegnamento a scelta</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Big data analytics (6 CFU) ○ EU investment Law (6 CFU) ○ Psicologia dei Media Digitali (6 CFU) ○ Sicurezza informatica (6 CFU) ○ Tecniche di ricerca di mercato (6 CFU) ○ Reputation lab (6 CFU) ○ Copywriting e linguaggi digitali (6 CFU) ○ Project Management (6 CFU) 	A scelta dello/a studente/essa		Insegnamento	No		https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30
<p>Tirocinio</p>	Altre attività					https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	
II ANNO								
<p>Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)</p>	<p>Ambiti disciplinari</p>	<p>SSD</p>	<p>Attività formativa</p>	<p>Propedeutici t à (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)</p>	<p>Eventuale mutuaione da altro corso di studio del Dipartiment o o di altri Dipartimenti</p>	<p>Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa</p>	<p>CFU</p>	<p>ORE</p>
<p>Ecosistemi digitali e società globale</p>	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/10	Insegnamento	No		https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Comunicazione_Marketing_e_Innovazione_Digitale_LM_59	6	30

Prova finale – Altre Attività	Per la prova finale		Tesi di Laurea			https://www.unite.it/UniTE/Scienze della comunicazione e	12	
--------------------------------------	---------------------	--	----------------	--	--	--	----	--



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Università degli Studi di Teramo

**Regolamento Didattico del
Corso di Studio**

in

“MEDIA, ARTI, CULTURE, SPETTACOLO”

Classe LM-65 R

Anno Accademico 2025/2026

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO

Regolamento Didattico del Corso di Studio in “MEDIA, ARTI, CULTURE, SPETTACOLO”
Classe LM-65 R - DM 22.10.2004 n. 270 e successivi adeguamenti
Anno Accademico 2025/2026

Art. 1 – Informazioni generali sul corso	
Ateneo:	Università degli Studi di Teramo
Denominazione del Corso in italiano:	Media, Arti, Culture, Spettacolo
Denominazione del Corso in inglese:	Media, Arts, Culture, Performance
Classe:	LM-65 R
Programmazione degli accessi:	<ul style="list-style-type: none"> • Nazionale no • Locale no
Lingua in cui si tiene il Corso:	Italiano
Modalità di svolgimento delle attività formative:	Corso di studio convenzionale
Durata legale del Corso di Studi:	2 anni
Titolo rilasciato:	Laurea Magistrale
Dipartimento di afferenza:	Dipartimento di Scienze della comunicazione
Sede didattica del Corso:	Campus di Coste Sant'Agostino Via Renato Balzarini 1 - 64100 Teramo
Presidente del Corso:	Prof.ssa Pia Acconci
Organo collegiale di gestione del Corso:	Consiglio del Corso di Studio
Indirizzo internet del Corso:	https://www.unite.it/UniTE/Didattica/Corsi_di_studio/Media_Arti_Culture_e_Spettacolo_LM_65
Art. 2 – Breve descrizione del Corso	
<p>Denominazione del Corso di Studio:</p> <p>1) È istituito presso il Dipartimento di Scienze della comunicazione il Corso di Studio magistrale in “Media, Arti, Culture, Spettacolo”, appartenente alla Classe LM-65 R (“Spettacolo e Produzione multimediale”).</p> <p>2) Ai sensi del presente Regolamento, si intende:</p> <p>a. per Statuto, lo Statuto dell’Università degli Studi di Teramo;</p> <p>b. per Dipartimento, il Dipartimento di Scienze della comunicazione dell’Università degli Studi di Teramo;</p> <p>c. per RDA, il Regolamento Didattico di Ateneo dell’Università degli Studi di Teramo;</p> <p>d. per CdS (Corso di Studio), il Corso di Laurea Magistrale in “Media, Arti, Culture, Spettacolo”;</p> <p>e. per titolo di studio, la Laurea Magistrale in “Media, Arti, Culture, Spettacolo”.</p> <p>Il Corso di Studio in breve:</p> <p>Il Corso di Laurea Magistrale in “Media, Arti, Culture, Spettacolo” ha una durata di due anni e porta al conseguimento di 120 crediti formativi. Si conclude con l'acquisizione di tutti i crediti previsti nel piano di Studi, compresi quelli corrispondenti al superamento della prova finale.</p> <p>Appartenente alla classe di Laurea Magistrale LM-65 R (“Scienze dello spettacolo e produzione multimediale”), il Corso nasce con l'obiettivo di fornire a studentesse/studenti una formazione interdisciplinare tramite l’approfondimento di conoscenze teorico-critiche, metodologiche e applicative negli ambiti della comunicazione umanistica, in particolare relativamente alle arti figurative e performative</p>	



tenuto conto delle dinamiche della società contemporanea, a seguito anche degli sviluppi del processo di digitalizzazione. Gli insegnamenti previsti appartengono infatti in prevalenza ai saperi della cultura umanistica e delle arti visive e performative. Accanto al nucleo delle discipline delle arti, dello spettacolo, della musica e dei media, a studentesse/studenti viene proposta poi un'offerta qualificata negli ambiti disciplinari dell'informatica, della storia, della letteratura, della linguistica, della filosofia, della sociologia, del diritto internazionale e del *marketing* per acquisire consapevolezza critica dei fenomeni culturali - loro contesti politico e sociali inclusi - e indirizzarsi verso orizzonti ulteriori della cultura e della comunicazione nel mondo contemporaneo.

Il percorso formativo del CdS consentirà così a studentesse/studenti di progettare, organizzare, realizzare, promuovere e monitorare i risultati di attività di produzione e comunicazione integrate per la cultura umanistica, la valorizzazione del patrimonio culturale e l'industria creativa mediante, in particolare, prodotti multimediali adeguati ai diversi ambiti culturali, attività redazionali specializzate nell'editoria, consulenze nel settore delle *digital humanities*, eventi musicali e artistico-espressivi. Il laureato in MACS può accedere sia al percorso per diventare funzionario musicologo sia ad alcune classi di concorso per l'insegnamento sulla base della legislazione vigente e piani di studio a tal fine calibrati e svolgere in ogni caso attività di formazione in ambito artistico, letterario, musicale.

Una parte importante del percorso di formazione è dedicata all'applicazione pratica delle conoscenze teorico-critiche e metodologiche acquisite, mediante gli stessi insegnamenti e l'offerta di laboratori e tirocini specifici.

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

Obiettivo formativo primario della Laurea Magistrale in “Media, Arti, Culture, Spettacolo” è dare a studentesse/studenti una formazione interdisciplinare strutturata attraverso competenze specifiche nell'ambito delle arti figurative, performative e medial (arte, musica, teatro, produzioni audiovisive e digitali). Questa formazione è finalizzata alla progettazione e realizzazione di produzione e comunicazione integrate, nonché adeguate all'ecosistema comunicativo contemporaneo a carattere prevalentemente digitale.

Al termine del percorso formativo, chi si laurea in “Media, Arti, Culture, Spettacolo”:

- avrà competenze scientifiche specialistiche, teoriche e tecniche, metodologiche e operative finalizzate alla progettazione e comunicazione per la cultura, le arti figurative e performative;
- sarà in grado di applicare criticamente le competenze acquisite, anche in una prospettiva di genere, per la ideazione e produzione di eventi, nonché costruzione di strategie comunicative, mediante strumenti e linguaggi multimediali, con attenzione altresì alla promozione culturale dei territori;
- saprà costruire narrazioni culturali specializzate e farne tanto strumento quanto oggetto di comunicazione convenzionale, grazie all'acquisizione di competenze linguistiche e applicative specifiche e all'utilizzazione di strumenti informatici, in particolare piattaforme digitali differenti, monitorandone i contenuti;
- saprà operare in un contesto internazionale, utilizzando, in forma scritta e orale, almeno una lingua europea, oltre all'italiano.

La specialità del percorso è costituita dall'articolazione professionalizzante e coerente di tutte le attività formative previste:

- le attività formative afferenti agli ambiti disciplinari “caratterizzanti” occupano metà del percorso formativo: accanto al nucleo delle discipline delle arti, dello spettacolo, della musica e dei media, l'ordinamento prevede una offerta qualificata di altri ambiti disciplinari, che comprendono profili specifici dei settori dell'informatica, della storia, della letteratura, della linguistica, della sociologia e della filosofia. Essi contribuiscono a far acquisire a studentesse/studenti una maggiore consapevolezza critica dei fenomeni culturali - loro contesti socioculturali e medial inclusi - indirizzandoli maggiormente verso nuovi orizzonti della cultura e comunicazione nel mondo contemporaneo;



- le altre attività formative sono costituite dalle “Attività affini o integrative”, “Attività a scelta dello studente”, “Abilità linguistiche”, dai “Tirocini formativi”, dalle “Altre conoscenze utili all’inserimento nel mondo del lavoro” e dalla “Prova finale”. L’inserimento di settori di ambito giuridico, economico e sociologico tra le attività integrative e l’organizzazione di tirocini specifici, *webinars* e laboratori didattici, come *workshops*, (“Altre conoscenze utili all’inserimento nel mondo del lavoro”) cooperano al potenziamento del versante applicativo delle conoscenze acquisite, ovvero allo sviluppo di competenze nella ricerca delle risorse, nelle relazioni istituzionali e nel campo della progettazione, creazione e produzione. Si tratta di elementi nell’insieme funzionali all’organizzazione e alla comunicazione di attività nei settori della cultura, dell’arte e dello spettacolo. Studentesse/studenti avranno inoltre la possibilità di personalizzare il percorso formativo in base anche ai propri obiettivi specifici, grazie a un numero selezionato di materie a scelta.

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Al termine del proprio percorso formativo, chi si laurea nella LM65 MACS avrà acquisito un ampio spettro di conoscenze avanzate di carattere teorico e metodologico relativamente alla comunicazione della cultura umanistica in ambiti diversi (musicale, storico, dello spettacolo, del patrimonio artistico-culturale materiale e immateriale) tramite strumenti convenzionali e innovativi. Nello specifico:

- avrà sviluppato competenze linguistiche e applicative specializzate e sarà in grado di raccogliere, interpretare e rielaborare dati con autonomia e creatività, al fine di utilizzare le competenze acquisite nei diversi ambiti professionali;
- avrà acquisito le opportune conoscenze per ideazione, organizzazione, produzione e promozione di eventi e la costruzione di strategie comunicative eterogenee, con attenzione anche alla promozione e valorizzazione dei territori e del patrimonio culturale;
- sarà in grado di conoscere e comprendere i “linguaggi” e i problemi tematici di ambiti di studio e contesti diversi;
- avrà acquisito la conoscenza di livello avanzato, in forma scritta e orale di almeno una lingua europea, oltre all’italiano.

Il raggiungimento dell’obiettivo formativo avverrà attraverso la frequenza di corsi caratterizzanti e affini, la partecipazione a eventuali laboratori didattici, quali *workshops*, e iniziative ulteriori, come seminari, *webinars*, incontri con professionisti di settori distinti. La verifica del raggiungimento delle conoscenze avverrà attraverso monitoraggi *in itinere*, tra cui eventuali prove formative e progetti di approfondimento tematici concordati coi singoli docenti relativamente ai rispettivi insegnamenti, e la prova finale.

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

Chi si laurea nella LM65 MACS sarà in grado di applicare le conoscenze e capacità di comprensione acquisite per affrontare temi e problemi di diverso tipo in contesti multidisciplinari. In particolare, saprà applicare con autonomia, consapevolezza e capacità creativa, nonché critica, e all’occorrenza imprenditoriale:

- competenze scientifiche specialistiche, teoriche e operative, per la comunicazione della cultura umanistica in ambiti distinti. A questo scopo saprà servirsi dei principali strumenti informatici e della comunicazione negli ambiti specifici di competenza e adattarli alle diverse esigenze del mondo del lavoro;
- le proprie conoscenze, anche in una prospettiva di genere, ad ambiti applicativi diversi;
- le competenze linguistiche acquisite alla raccolta, interpretazione e rielaborazione di dati, al fine di impegnarsi nei diversi ambiti comunicativi, nonché fornire consulenze specifiche.

Il raggiungimento di quest’obiettivo formativo sarà verificato mediante eventuali prove *in itinere* ed esami finali. Inoltre, esso sarà attestato dalla partecipazione di studentesse/studenti a seminari, *webinars* e

laboratori didattici, come *workshops*, dalla realizzazione di eventuali progetti di approfondimento tematici concordati coi singoli docenti relativamente ai rispettivi insegnamenti e dalla redazione della prova finale.

Autonomia di giudizio (making judgments)

Capacità di operare con consapevolezza, senso critico e valutazioni personalizzate anche con riguardo alle implicazioni di medio-lungo periodo delle proprie azioni. Lezioni frontali, incontri con professionisti, seminari, *webinars* e laboratori didattici, come *workshops*, – volti, tra l'altro, allorché realizzabile, alla sperimentazione dell'attività professionale in contesti simulati – permetteranno a studentesse/studenti di raccogliere, gestire e interpretare dati e contenuti. Questo potenzierà la loro capacità di elaborazione creativa personalizzata. Studentesse/studenti potranno conseguire autonomia di giudizio ed elaborazione personalizzata di dati, avendo consapevolezza delle "responsabilità", anche etiche, connesse all'applicazione dei saperi e dei valori intangibili del patrimonio culturale.

Il laureato MACS avrà acquisito gli strumenti per integrare le conoscenze multidisciplinari ottenute e gestire la complessità dei compiti e degli obiettivi delle professioni creative e comunicative alle quali il CdS prepara, con attenzione sia al territorio e ai suoi bisogni specifici sia al contesto nazionale e internazionale.

La verifica del raggiungimento di quest'obiettivo formativo potrà avvenire attraverso attività di educazione tra pari (*peer education*), valutazione tra pari (*peer evaluation*), attività di discussione (come *discussant*) in contesti scientificamente e professionalmente organizzati (seminari, *webinars*, convegni, incontri con *stakeholders*). L'autonomia di valutazione sarà verificata inoltre nel quadro delle attività relative allo sviluppo e all'attestazione delle competenze conseguite dallo studente (eventuali progetti di approfondimento tematici concordati coi singoli docenti relativamente ai rispettivi insegnamenti e prova finale).

Abilità comunicative (communication skills)

Per chi si laurea in MACS le abilità comunicative sono un elemento essenziale della preparazione, in ragione delle professioni alle quali il CdS prepara. Tale aspetto è curato e verificato nell'intero percorso formativo, tramite le prove *in itinere* ed eventuali progetti di approfondimento tematici concordati coi singoli docenti relativamente ai rispettivi insegnamenti e tramite la prova finale.

Allo scopo di trasmettere idee, informazioni, problemi e soluzioni, chi si laurea in MACS avrà acquisito competenze comunicative orali, scritte e digitali funzionali agli obiettivi da raggiungere, oltre a una maggiore padronanza e ricchezza nell'uso della lingua sia italiana sia inglese con riferimento, nell'una e nell'altra, al lessico specialistico di settore.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Approcci e metodi didattici interdisciplinari e avanzati intendono favorire lo sviluppo dell'attitudine all'auto-apprendimento, grazie a capacità di approfondimento con strumenti analitici e metodologici eterogenei.

In contesti tanto di gruppo quanto individuali, l'impostazione didattica del percorso di studi richiederà a studentesse/studenti magistrali, sin dal momento della pianificazione del loro percorso formativo, di sviluppare ed esercitare la propensione al cosiddetto *lifelong learning*, qualora desiderino proseguire i loro studi a un livello avanzato successivo, come corsi di dottorato, master e specializzazioni, o vogliano intraprendere attività professionali. In entrambe le ipotesi sono raccomandate capacità creative raggiungibili con dedizione costante nello studio e nella ricerca.

L'acquisizione di dette capacità viene verificata attraverso modalità didattiche risultanti dalla combinazione tra didattica frontale e pratiche ispirate all'*active learning*, eventuali verifiche *in itinere* e la preparazione dell'elaborato per la prova finale.

Art. 5 – Ambiti occupazionali previsti

Il Corso di Studi Magistrale in "Media, Arti, Culture, Spettacolo" offre sbocchi occupazionali molteplici nel campo delle arti, della musicologia, dello spettacolo, dell'editoria, della tutela e promozione del patrimonio culturale, mediante un approccio poliedrico arricchito da attività didattiche e di ricerca relative



agli sviluppi di carattere storico, sociologico e giuridico internazionale e ai settori rilevanti per la comunicazione multimediale, quali quelli cinematografico, radiofonico e televisivo.

Chi si laurea in MACS potrà ricoprire ruoli diversi in ambiti professionali altamente qualificati e qualificanti relativi alla realizzazione di attività di comunicazione, quali:

- Addetto alla comunicazione multimediale, convenzionale e digitale (*digital content management, social marketing management*): competente nell'elaborazione, organizzazione, realizzazione, promozione e monitoraggio dei risultati di progetti di comunicazione integrata, con particolare riferimento ai settori umanistici, secondo modalità tradizionali e digitali avanzate, anche nell'ambito dell'industria culturale, creando, tra l'altro, contenuti testuali e audiovisivi, anche con funzione di inclusione sociale e interagendo con coloro che si occupano degli aspetti tecnici;
- Autore di eventi e prodotti audiovisivi nei settori delle arti figurative, visuali e performative: sa ideare, organizzare, realizzare, promuovere prodotti audiovisivi - convenzionali e multimediali - sia per mostre, rassegne, esposizioni ed eventi, sia per i circuiti cinematografici, teatrali e televisivi sia per il gaming e altri settori specifici dell'industria creativa, destinati anche alla diffusione via piattaforme digitali e altri nuovi media. In particolare, ideazione, scrittura e progettazione di film, serie televisive, documentari, spot, videoclip, videoarte, spettacoli teatrali, eventi culturali, musicali e artistico-espressivi, programmi radiotelevisivi, destinati anche alla diffusione digitale. Può svolgere queste attività in autonomia progettando e coordinando competenze tecniche diverse e/o partecipando all'ideazione di prodotti complessi;
- Redattore specializzato nel campo delle arti figurative, visuali e performative, inclusi critici teatrali e cinematografici: sa lavorare in attività redazionali nell'editoria, in particolare in quella specializzata, quali riviste di critica musicale, teatrale, coreutica, cinematografica (anche online), nonché in quelle storico artistiche e museologiche, redigendo non solo materiali informativi e divulgativi, ma anche testi di approfondimento su temi e supporti eterogenei, contestualizzati sul piano culturale, in forma convenzionale e multimediale digitalmente avanzata. In particolare, è in grado di adattare i contenuti ai diversi strumenti di comunicazione contemporanei, passando da uno scritto ad uno audiovisivo ad un prodotto multimediale fruibile in un contesto digitale avanzato;
- Drammaturgo per la performance ed esperto in progettazione di eventi: è in grado di organizzare le diverse azioni della performance, anche in prospettiva multidisciplinare, e sostenere nell'allestimento e nella sua preparazione coreografi, scenografi, attori, presentatori e altre figure di artisti. Il drammaturgo partecipa al processo creativo, contribuendo allo sviluppo e alla realizzazione dell'opera con la riflessione retrospettiva, prospettica e critica e la pratica dialogica. Sa lavorare in gruppo per la realizzazione di eventi "dal vivo" fondati su valorizzazione del territorio e impiego di strumentazione tecnologicamente avanzata;
- Consulente di tutela, valorizzazione e comunicazione dei beni culturali, anche per i laboratori di diagnostica: svolge un ruolo fondamentale nelle *digital humanities* applicate ai beni culturali materiali e immateriali, operando sia in contesti di ricerca che in ambiti industriali relativi alla conservazione e valorizzazione del patrimonio. Raccoglie, organizza, archivia e cataloga dati di diagnostica derivanti dall'analisi di materiali e opere d'arte per la loro valorizzazione e fruibilità attraverso attività di comunicazione e informazione consapevoli e attendibili. All'interno di un laboratorio, il consulente contribuisce alla redazione di documenti tecnici e scientifici fondati sui risultati delle analisi attraverso la digitalizzazione di banche dati specializzate per il monitoraggio del degrado, la pianificazione di interventi di conservazione e progetti di ricerca. Ciò facilita la comunicazione e interazione delle conoscenze tra gruppi di lavoro interdisciplinari, in particolare tra restauratori, storici dell'arte, esperti di materie scientifiche in senso stretto e altre figure professionali, nonché la definizione ed elaborazione di protocolli volti a migliorare efficacia e sicurezza delle analisi;
- Funzionario musicologo: presidia i processi relativi alla tutela, conoscenza, documentazione, conservazione e valorizzazione dei beni musicali di interesse storico ed etnografico; individua la natura, le caratteristiche e la rilevanza dei beni di interesse, istruendo provvedimenti di tutela e di



dichiarazione di rilevante interesse culturale; svolge attività ispettiva e di vigilanza sui beni musicali; realizza attività di studio, ricerca scientifica, catalogazione e valorizzazione con riferimento ai beni di competenza; progetta e coordina interventi di digitalizzazione, riversamento, descrizione, catalogazione e indicizzazione dei beni sonori; svolge attività di recupero storico, analitico e ragionato delle produzioni discografiche; programma, cura e organizza progetti e manifestazioni volti alla valorizzazione dei beni musicali. Progetta e coordina anche dati di interesse musicologico, mostre e percorsi di fruizione dei beni musicali, unitamente alle relative attività di studio e ricerca, valorizzazione, comunicazione e promozione, anche in collaborazione con altre professionalità; cura attività editoriali e redige pubblicazioni e testi scientifici a carattere musicologico; partecipa alla messa in sicurezza e salvaguardia del patrimonio musicale in occasione di eventi emergenziali, anche collaborando in operazioni di protezione civile e con l'unità di crisi;

- Formatore in ambito artistico, letterario, musicale: Il laureato magistrale nella classe LM65, in possesso dei crediti formativi nei gruppi di settori scientifico- disciplinari dettagliati dalla legislazione vigente, può partecipare alle prove di ammissione per i percorsi di formazione per l'insegnamento secondario, una volta completato il processo di abilitazione all'insegnamento e superati i concorsi previsti dalla normativa vigente.

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

1. Requisiti di ammissione, adeguatezza delle competenze e conoscenza di una lingua europea diversa dall'italiano

a) Per l'ammissione al CdS occorre essere in possesso di una laurea di primo livello conseguita in Università italiane, o di un diploma universitario di durata triennale, o di un titolo di studio riconosciuto idoneo a norma di leggi speciali, o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

Per candidate/i 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):

- L-3 Discipline delle arti, della musica, dello spettacolo e della moda;
- L-20 Scienze della comunicazione;
- L-1 Beni culturali;
- L-10 Lettere;
- L-15 Scienze del turismo;
- L-42 Storia;
- L-43 Tecnologie per la conservazione e il restauro dei beni culturali.

È altresì consentito (ai sensi del D.L. 212/2002 come convertito nella L. 268/2002) l'accesso a studentesse/studenti che abbiano conseguito il diploma accademico di primo livello rilasciato da istituti statali di Alta Formazione Artistica e Musicale (AFAM), quali Conservatori di Musica, Accademie di Belle Arti, di Arte Drammatica, di Danza, o da istituti accreditati dal Ministero dell'Università e della Ricerca scientifica.

Per studentesse/studenti provenienti da classi di laurea triennali diverse da quelle sopra elencate, i requisiti curriculari consistono nell'aver conseguito i seguenti CFU:

- almeno 18 CFU negli ambiti delle Discipline delle arti e delle Discipline dello spettacolo, della musica e della costruzione spaziale: SSD L-ART (01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08); ICAR (17, 18);
- almeno 12 CFU negli ambiti delle Discipline linguistiche e letterarie e delle Discipline geografiche, storiche, sociologiche e della comunicazione: SSD INF/01; L-FIL-LET (10, 11, 12); L-LIN/10; M-DEA/01, M-FIL/05, M-PSI/01, M-STO (02, 04); SPS (07, 08).

b) Si richiede altresì un adeguato livello di analisi, comprensione e produzione di testi orali e scritti, il possesso di abilità sociali e comunicative e di conoscenze negli ambiti disciplinari caratterizzanti della

classe di laurea magistrale. L'adeguatezza della conoscenza personale nelle discipline menzionate al par. a) è valutata in via preliminare, quale presupposto del perfezionamento dell'iscrizione, tramite modalità scelte dal consiglio del corso di studi, come, per esempio, prova scritta e/o colloquio.

2. Procedura di iscrizione

a) Le studentesse/gli studenti interessate/i devono accedere alla pagina web di Ateneo "Immatricolazioni e Iscrizioni- Requisiti di ammissione ai Corsi di laurea magistrale" e seguire la procedura *on line* ivi riportata seguendo le relative indicazioni per presentare la "Domanda di valutazione dei requisiti curriculari";

b) Le studentesse/gli studenti con un titolo di accesso non diretto devono attenersi a quanto verrà deliberato dall'organo competente ed effettuare l'eventuale recupero dei crediti tramite iscrizione ai corsi singoli.

Trasferimento da altri corsi di studio:

In caso di 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

1. Le attività didattiche del Corso di Laurea Magistrale in "Media, Arti, Culture, Spettacolo" si articolano in semestri in base al calendario approvato annualmente dal Consiglio di Dipartimento.

2. Le attività didattiche del CdS si svolgono, salvo specifiche esigenze formative, attraverso lezioni frontali in presenza che possono prevedere pratiche di insegnamento ispirate all'*active learning*. Possono essere previste attività seminariali a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del Corso di Studio. Il rapporto ore di didattica erogata/CFU è di 5/1.

3. Conformemente a quanto stabilito dal DM n. 1835 del 06/12/2024 e dal Regolamento Didattico di Ateneo, il Consiglio di Corso di Studio può deliberare annualmente forme di erogazione dell'attività didattica basate su applicazioni multimediali o a distanza. In particolare, le attività integrative e professionalizzanti possono essere offerte in modalità ibrida e/o solo da remoto.

4. La frequenza alle lezioni frontali non è obbligatoria. Qualora un docente preveda un programma specifico per studentesse/studenti frequentanti è tenuto a indicarlo nella scheda dell'insegnamento pubblicata nella relativa pagina del sito internet di Ateneo.

5. Nessun insegnamento è propedeutico ad altri. Nella scheda dell'insegnamento sono indicate eventuali conoscenze pregresse ritenute necessarie.

6. Le lezioni relative alle materie afferenti al Corso di Studio rispettano le indicazioni sui giorni settimanali di didattica fornite dal Dipartimento. Il Consiglio del CdS, ai sensi dell'art. 46, c. 7, lett. c) dello Statuto di Ateneo, può, per comprovate ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del singolo docente, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli orari specifici.

7. IL CdS prevede un modello di "Didattica per studenti-lavoratori e/o aderenti a coorti convenzionate". Questo è stato approvato successivamente anche dal Consiglio di Dipartimento ed è stato avviato nell'a.a. 2022/2023.

8. Il Corso di studi ha introdotto inoltre un Percorso di eccellenza (PdE), allo scopo di valorizzare l'opportunità per gli studenti più meritevoli di esaminare un tema concordato col docente tutor in una prospettiva specialistica. Esso prevede vari tipi di attività di approfondimento e integrazione culturale negli ambiti disciplinari del CdS. L'accesso al PdE e le modalità del suo svolgimento sono stabiliti in apposito Regolamento pubblicato sul sito web istituzionale.

9. 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.

10. Studentesse/studenti possono acquisire presso un'Università straniera 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 dei delegati di Dipartimento alla mobilità internazionale Erasmus o non-Erasmus; siano comunque stati rispettati, per la mobilità Erasmus, tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del "Regolamento per la mobilità studenti nel quadro del *Lifelong Learning Programme – Erasmus*".

11. Studentesse/studenti possono recarsi all'estero, in qualità di *exchange student*, anche per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca finalizzata alla realizzazione della tesi di laurea presso una delle università europee ed extraeuropee con cui l'Ateneo di Teramo ha stipulato o potrà stipulare un accordo bilaterale di scambio nell'ambito della mobilità internazionale Erasmus o non-Erasmus.

Art. 8 – Attività ad autonoma scelta dello studente

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. a), DM 270/2004, nell'ambito del Corso di Studio in "Media, Arti, Culture, Spettacolo" sono previste, ai fini dell'arricchimento del percorso di studi di ciascuno, attività formative autonomamente scelte, purché siano 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), a studentesse/studenti è, altresì, garantita la possibilità di svolgere attività formative autonomamente scelte tra gli insegnamenti attivati nell'Ateneo, purché coerenti con il progetto formativo del proprio Corso di Studio. Studentesse/studenti che intendano sostenere l'esame di un insegnamento a scelta non incluso nell'offerta formativa del proprio Corso di studio devono 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 CdS organizza un'attività di tutorato *in itinere* diretta a orientare e assistere studentesse/studenti nel corso di tutto il percorso di studi, in modo da renderli più partecipi al processo formativo.

2. Il compito del tutor è quello di seguire studentesse/studenti nella loro carriera universitaria, di aiutarli a superare le difficoltà e migliorare la qualità del loro apprendimento, fornire loro consulenza in materia di piani di studio, mobilità internazionale, offerte formative prima e dopo la laurea ed, eventualmente, promuovere presso gli organi competenti l'adozione di modalità organizzative in grado di favorire la partecipazione di studentesse/studenti lavoratrici/lavoratori all'attività didattica.

3. Il docente tutor individuale è assegnato a studentesse/studenti dal Consiglio di Corso di Studio. In linea di principio, il docente tutor segue la studentessa/lo studente durante tutta la sua carriera universitaria. Il Consiglio può ammettere l'ausilio da parte di studenti senior nello svolgimento delle attività di tutorato *in itinere*.

Art. 10 – Stage e tirocini

1. Durante la propria carriera universitaria, studentesse/studenti dovranno acquisire 6 CFU attraverso attività di *stage*/tirocinio o altre attività formative quali laboratori didattici, come *workshops*, e seminari debitamente certificati. All'attività di tirocinio sarà attribuito un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze. Studentesse/studenti potranno redigere inoltre una relazione finale sulla stessa attività. L'attività di tirocinio può essere svolta presso enti pubblici e privati convenzionati con l'Ateneo e/o direttamente col Dipartimento ovvero nell'ambito di progetti promossi dal Dipartimento medesima o dall'Ateneo. Alla partecipazione ad altre attività, come *webinars*, laboratori didattici, 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 dal Consiglio di Dipartimento.

2. In alternativa al conseguimento dei 6 CFU previsti per la voce "Tirocini formativi" secondo le modalità sopra esposte, studentesse/studenti possono chiedere al Consiglio di Dipartimento il riconoscimento come

crediti formativi universitari di abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di 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. Il riconoscimento di CFU è disciplinato da Linee Guida approvate dal Consiglio di Dipartimento, alle quali si rimanda.

3. Studentesse/studenti possono svolgere altresì un'attività di *traineeship* a carattere internazionale, ovvero un'attività di tirocinio/stage curriculare all'estero, presso enti o imprese convenzionate o da convenzionare nell'ambito della mobilità internazionale Erasmus (all'interno del programma *Bet for Jobs*) o non-Erasmus, in seguito al quale gli verranno riconosciuti 6 CFU.

Art. 11 – Riconoscimento di crediti formativi per attività extracurricolari

1. Ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge 30 dicembre 2010, n. 240, così come modificato DL n. 19 del 2 marzo 2024 e dal DM n. 931 del 4 luglio 2024, è possibile il riconoscimento, ai fini dell'attribuzione di CFU, di: 1) conoscenze e abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché di altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello *post-secondario*; 2) attività formative svolte nei cicli di studio presso gli istituti di formazione della pubblica amministrazione, nonché alle altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello *post-secondario*, alla cui progettazione e realizzazione l'università abbia concorso; 3) conseguimento da parte dello/a studente/essa di medaglia olimpica o paralimpica ovvero del titolo di campione mondiale assoluto, campione europeo assoluto o campione italiano assoluto nelle discipline riconosciute dal Comitato olimpico nazionale italiano o dal Comitato italiano paralimpico.

2. Il limite massimo di crediti riconoscibili è pari a 24 CFU.

3. I criteri generali e le procedure per il riconoscimento dei CFU per attività extracurricolari sono disciplinati, in conformità con quanto previsto dall'art. 3, comma 1, DM n. 931 del 4 luglio 2024 e dal Regolamento Didattico di Ateneo.

Art. 12 – Prova finale

1. Per essere ammesse/i alla prova finale studentesse/studenti devono aver conseguito tutti i CFU relativi alle attività formative e alle idoneità previste dal rispettivo piano di studi.

2. La prova finale per il conseguimento del titolo di studio magistrale consiste nella discussione di fronte a una commissione di laurea di un elaborato scritto riguardante un argomento relativo a una delle discipline previste dal singolo piano di studi preso in considerazione. La tesi può includere anche un prodotto multimediale correlato all'argomento discusso. L'elaborato deve essere preparato con la guida e la supervisione di un docente e deve rappresentare il resoconto di un momento di approfondimento individuale. Nella discussione la candidata/il candidato dovrà esprimere valutazioni critiche originali in riferimento al tema che è oggetto del proprio elaborato e dimostrare anche capacità critica e sistematica nella presentazione di aspetti collaterali del tema medesimo.

3. La prova finale comporta l'acquisizione di 18 CFU. Tali crediti vengono acquisiti nel momento in cui lo studentesse/studenti ottengono l'approvazione del lavoro svolto da parte della Commissione di Laurea.

4. La votazione, che terrà conto dei risultati degli esami di profitto sostenuti durante il Corso, è espressa in centodecimi; la Commissione, all'unanimità, può concedere la lode, qualora l'elaborato presenti caratteristiche di eccellenza.

5. Studentesse/studenti che consegnano un lavoro scritto non redatto personalmente o ove descrivono come propri i risultati di lavori o gli esiti di ricerche di terzi incorrono 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 internet, 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.

Art. 13 – Norme finali e transitorie



1. Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di Corso di Studio, approvate dal Consiglio di Dipartimento e deliberate dal Senato Accademico, previo parere favorevole del Consiglio di Amministrazione.
2. Per tutto ciò che non è previsto dal presente Regolamento Didattico, si rinvia al Regolamento Didattico di Ateneo.