

DOCUMENTAZIONE DI PROGETTAZIONE DEL CDS

L-20 - COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITÀ A.A. 2025-2026

Documento redatto sulla base delle

*“LINEE GUIDA PER LA PROGETTAZIONE IN QUALITÀ DEI CORSI DI STUDIO DI
NUOVA ISTITUZIONE PER L’A.A. 2024-2025”*

Approvate con Delibera del Consiglio Direttivo n. 222 del 21 settembre 2023

Sommario

0 - Il Corso di Studio in breve	4
1 - Definizione dei profili culturali e professionali e architettura dei cds.....	6
1.1 - Progettazione del CdS e consultazione delle parti interessate.....	6
Premesse negli aspetti culturali e professionalizzanti	6
Il Comitato di Indirizzo.....	7
Il processo di Analisi della Domanda e di AQ.....	8
Co-progettazione dei CdS in riferimento alle potenzialità occupazionali dei laureati e all'eventuale proseguimento di studi in cicli successivi.....	10
1.2 - Analisi condotta per l'identificazione dei profili culturali e professionali, delle funzioni e delle competenze.....	11
Il ruolo degli Atenei telematici.....	11
Il quadro regionale.....	13
L'analisi delle entrate previste secondo il sistema informativo Excelsior.....	14
Le competenze richieste ai laureati	21
La laurea in indirizzo politico sociale: una visione d'insieme	23
2 - Il progetto formativo	26
2.1 - Il carattere del CdS, nei suoi aspetti culturali, scientifici e professionalizzanti.....	26
2.2 - Descrizione delle conoscenze, le abilità e le competenze di ciascun profilo culturale e professionale.....	31
Profili Professionali e sbocchi occupazionali.....	31
Aree di apprendimento, obiettivi formativi specifici e i risultati di apprendimento attesi	34
2.3 - Struttura del CdS e caratteristiche degli insegnamenti a distanza.....	39
Matrice di Tuning per il Corso di Laurea Triennale L-20.....	41
Esempio di Scheda insegnamento	42
2.4 - Modalità di verifica dell'apprendimento	46
2.5 - Il valore aggiunto dell'E-Learning	47
3 - L'esperienza dello studente	48
3.1 - Orientamento, tutorato e accompagnamento al lavoro	48
3.2 - Conoscenze in ingresso e recupero delle carenze.....	58
3.3 - Organizzazione di percorsi flessibili e metodologie didattiche.....	58
3.4 - Internazionalizzazione della didattica	60
3.5 - Le attività di Didattica Interattiva specifiche per il CdS.....	64
3.6 - Altre attività di Didattica Interattiva	70
4 - Risorse del CdS.....	72
4.1 - Dotazione e qualificazione del personale docente.....	72
Formazione e aggiornamento dei docenti	72

4.2 - Dotazione di personale, strutture e servizi di supporto alla didattica	73
5 - Monitoraggio e revisione del CdS.....	76
5.1 - Contributo dei docenti e degli studenti.....	76
5.2 - Contributo degli interlocutori esterni	77
5.3 - Interventi di revisione dei percorsi formativi.....	77
Allegato 1.....	80
Elenco dei documenti complessivo reso disponibile alla PEV in questa pagina	80

0 - IL CORSO DI STUDIO IN BREVE

Il Corso di Laurea triennale in Comunicazione e multimedialità appartiene alla classe di Laurea in Scienze della Comunicazione (L-20).

Il Corso di Laurea triennale in Comunicazione e multimedialità fornisce ai laureati una solida e ampia preparazione culturale e un'adeguata padronanza dei metodi di analisi delle informazioni e dei dati, da utilizzare anche alla luce di un contesto sociale in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi. Il Piano di studi del Corso di Laurea prevede tre indirizzi: Statutario, Comunicazione e Giornalismo con RCS Academy - Corriere della Sera e Comunicazione e Social Media per la P.A.

Gli indirizzi in Comunicazione hanno lo scopo di formare professionisti in grado di comprendere e gestire i trend ed i processi relativi alla comunicazione aziendale, istituzionale e giornalistica. L'offerta formativa prevede il coinvolgimento di esperti del mondo del giornalismo e della comunicazione e dei partner RCS Academy e Corriere della Sera.

Nel quadro di una società sempre più digitale e in ottica dell'internazionalizzazione delle imprese, i futuri professionisti e manager del mondo della comunicazione dovranno essere in possesso di un dizionario funzionale che permetta di gestire situazioni di comunicazione giornalistica, istituzionale o aziendale nel modo più efficace.

Le testimonianze dirette degli esperti di RCS Academy e Corriere della Sera, nonché l'orientamento verso asset digitali strategici, consentiranno di partecipare a una didattica innovativa che non si limiterà ai classici modelli di storytelling, blogging e presentazioni ma includerà resoconti di esperienze dirette e casi studio reali. Un'attenzione particolare sarà inoltre rivolta alle tecniche di comunicazione interaziendale nei macro-processi di comunicazione extra-aziendale, con focus su brand-identity e branding-persona. L'approccio proposto mira a fornire conoscenze e strumenti pratici volti ad affrontare tutte le aree tematiche (comunicazione aziendale interna ed esterna, canali e tecniche di comunicazione, giornalismo e new media, digital strategy e ruoli strategici del marketing).

La formazione prevede l'approfondimento teorico-pratico della metodologia di studio e comprensione dell'analisi dei dati quale strumento portante del CdS che consentirà allo studente di sviluppare le competenze necessarie a orientarsi nella complessità della tematica, nonché di interpretare e utilizzare i diversi processi comunicativi.

L'impianto generale del percorso di studi attinge a discipline dell'area umanistica, dell'area sociologica, massmediologica e delle scienze sociali, estendendo il progetto formativo in un'ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca delle diverse conoscenze. Il percorso è infatti concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline dotate di un profilo pratico o di un carattere operativo. Quest'ultima tipologia di insegnamenti è stata ulteriormente rafforzata all'interno di un piano di studi caratterizzato da un approccio innovativo, strettamente legato alle varie dimensioni della comunicazione digitale d'impresa.

Il focus principale del percorso verte in maniera preponderante sullo studio analitico dei processi comunicativi e multimediali al fine di favorire l'ingresso degli studenti nel mondo del lavoro con particolare riferimento all'ambito delle nuove tecnologie.

La proposta formativa è completata da una preparazione intermedia della lingua inglese, indispensabile per avviarsi verso delle opportunità professionali nell'orizzonte europeo e internazionale. Il Corso di Laurea in Comunicazione e multimedialità prepara professionisti in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, strutture

del terzo settore, imprese editoriali, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

1 - DEFINIZIONE DEI PROFILI CULTURALI E PROFESSIONALI E ARCHITETTURA DEI CDS

1.1 - Progettazione del CdS e consultazione delle parti interessate

Premesse negli aspetti culturali e professionalizzanti

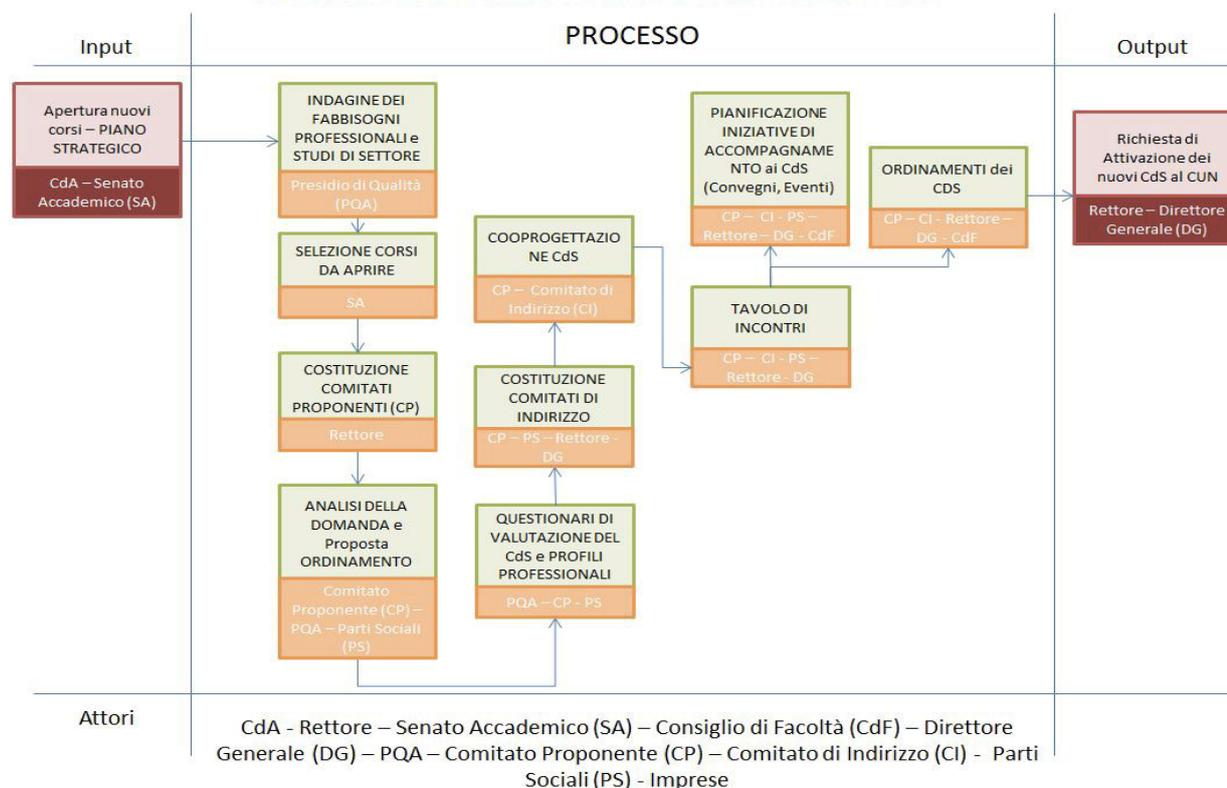
Universitas Mercatorum considera l'ascolto delle imprese, delle istituzioni, delle famiglie, degli studenti e più in generale di tutta la comunità di soggetti interessati dall'azione didattica dell'Ateneo, come una componente essenziale della propria attività di programmazione.

Le istanze relative alla domanda di formazione che emergono dall'analisi dei dati e dall'incontro diretto con le parti interessate sono state attentamente interpretate e costituiscono l'abbrivio per ogni nostro progetto didattico.

L'analisi della domanda di formazione si articola su più dimensioni, nel rispetto della complessità delle istanze sociali che sostengono l'azione dell'Ateneo. In particolare, le Facoltà e i Corsi di Studio sono fortemente impegnati nell'interpellare le parti interessate in merito alla definizione dei profili professionali per la messa a punto dell'offerta formativa.

La Roadmap che segue illustra la totalità dei processi che hanno condotto all'invio della formale richiesta di attivazione del CdS al CUN e all'ANVUR:

ROADMAP DI AVVIAMENTO DEI NUOVI CDS



I fabbisogni espressi dalla società, dal mondo del lavoro e della ricerca scientifica e tecnologica consentono di garantire la piena coerenza tra le funzioni lavorative e i percorsi formativi proposti dall'Ateneo. Il Presidio della Qualità e i Gruppi di Assicurazione della Qualità hanno il compito di coordinare questa complessa attività che si svolge durante tutto l'anno, con

Il Metodo di Lavoro



continuità.

Ai fini della progettazione l'Ateneo ha costituito un Comitato Proponente (CP) e un Comitato di Indirizzo (CI), istituiti con Decreto Rettoriale.

Il Comitato di Indirizzo

Il Comitato di Indirizzo del Corso di Studio è stato costituito sulla base del documento "Comitati di Indirizzo: Linee guida dei Corsi di Studio" emanato per Decreto Rettoriale n. 18/2017.

Il Comitato di Indirizzo è stato costituito con la partecipazione di PI rappresentative del settore a livello regionale e nazionale.

L'intervento del Comitato di Indirizzo può in sintesi riguardare i seguenti aspetti:

- orientamento generale e politica di indirizzo del processo di consultazione;
- potenziamento dei rapporti con le Parti Interessate (PI);
- coordinamento tra ateneo e sistema socioeconomico;
- miglioramento della comunicazione dell'offerta formativa dell'Ateneo;
- gestione delle informazioni di ritorno da laureati e datori di lavoro;
- raccolta di elenchi di aziende e gestione dei tirocini;
- monitoraggio delle carriere post-universitarie;
- incentivi alle attività di job Placement;
- proposte di definizione e progettazione dell'offerta formativa;
- proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento;
- partnership per progetti di ricerca al servizio del territorio.

CORSO L-20 – COMPONENTI COMITATO DI INDIRIZZO STRATEGICO

- ❖ Fabio Tozzi – Referente - Flp cse - confederazione indipendente sindacati europei;
- ❖ Fausto Sabbatelli – Referente - Wind tre s.p.a.;
- ❖ Vincenzo Filetti - Responsabile Area, Comunicazione Integrata – Retecamere;
- ❖ Francesco Franco – Presidente – Fonditalia;
- ❖ Giovanni Parapini -Senior Senior Advisor - Terzo Settore, la Coesione Sociale e la Responsabilità Sociale;
- ❖ Valeria Giulianelli – Assistente - Direzione RAI;
- ❖ Lidia Abraha - Human Resources di Ogilvy

Il processo di Analisi della Domanda e di AQ

Il processo di Analisi della Domanda e di Assicurazione della Qualità è stato gestito in maniera trasparente ed è presente sul sito di Ateneo a questo indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-l20-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

I documenti di Analisi della Domanda, redatti per ogni CdS, contengono le seguenti analisi:

- analisi delle competenze e degli sbocchi professionali
- previsioni di assunzione secondo il sistema Excelsior
- benchmarking dell’offerta formativa del CdS
- analisi delle caratteristiche del corso di laurea nel quadro nazionale
- il ruolo degli Atenei telematici
- il quadro regionale

Tutti i documenti di Analisi della Domanda sono disponibili al seguente link:

<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-l20-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

Dai suddetti documenti di analisi sono emersi sostanzialmente i seguenti punti di differenziazione rispetto ad altri corsi simili:

- Focus su imprese
- Attenzione al digitale
- Applicazione operativa in azienda
- Attenzione alle istanze del mondo del lavoro

CI e CP hanno predisposto la bozza della parte ordinamentale della SUA CdS, che è stata sottoposta alle parti interessate attraverso l'invio di un questionario.

Il questionario è disponibile al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-l20-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

Gli esiti del questionario sono stati confrontati con l'analisi documentale parallelamente condotta dal CP. Il questionario è stato indirizzato a incrociare le attitudini e le competenze previste per ogni professione individuata nella Scheda SUA secondo l'applicativo INAPP Fabbisogni imprese (<http://fabbisogni.isfol.it/>) con le esigenze espresse dai soggetti coinvolti, tenuto conto anche delle ADA presenti nell'Atlante del Lavoro: <https://atlantelavoro.inapp.org>

Più in dettaglio, è stata richiesta l'opinione delle parti sociali in ordine ai seguenti aspetti:

- a) Adeguatezza degli obiettivi formativi del Corso di Studi;
- b) Adeguatezza delle abilità/competenze fornite dal Corso di Studi ed eventuali modifiche da apportare;
- c) Grado di rilevanza sulle conoscenze/competenze/abilità possedute dai laureati Mercatorum;
- d) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi, disciplinari/specifici e generici, in relazione al percorso formativo offerto, con richiesta di suggerimenti e critiche;
- e) Rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle competenze richieste dalle figure professionali di riferimento.

I rappresentanti delle Organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, della Pubblica Amministrazione e delle professioni hanno espresso valutazione positiva, con particolare riferimento ai fabbisogni formativi e agli sbocchi professionali ed evidenziano come il CdS crei figure professionali rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro a livello nazionale e internazionale.

Le informazioni raccolte attraverso il questionario sono state incrociate con gli esiti della consultazione della letteratura disponibile, che ha consentito una valutazione qualitativa delle potenzialità degli ambiti occupazionali di riferimento. Le fonti maggiormente analizzate, anche usando i microdati, sono state i rapporti Excelsior ed Almalaurea.

Sulla base dei riscontri ricevuto dall'analisi dei questionari ricevuti dai componenti del Comitato di Indirizzo e dalle riunioni svolte, è emerso che la denominazione del Corso comunica in modo chiaro le finalità del Corso di Studio.

I profili professionali in uscita dal Corso di Laurea sono stati valutati come idonei rispetto alle esigenze attuali del mercato del lavoro. Le figure professionali che il Corso si propone di formare rispondono efficacemente alle necessità del settore professionale e produttivo, come rappresentato dai membri del Comitato di Indirizzo. Quest'ultimo ritiene che il ruolo e le attività/funzioni lavorative delle figure professionali in uscita siano congruenti con le attività effettivamente svolte presso le relative strutture.

Inoltre, i membri del Comitato confermano che le conoscenze, capacità e abilità promosse dagli insegnamenti del Corso di studio sono allineate con le competenze richieste dal mondo produttivo per le figure professionali previste. Le aree di apprendimento coperte dal Corso assicurano che gli studenti acquisiscano competenze pertinenti e applicabili alle reali necessità del mercato, garantendo una preparazione adeguata al loro futuro inserimento professionale.

Questa congruenza tra formazione accademica e requisiti del settore professionale/produttivo indica che il Corso di Laurea è strutturato in modo da rispondere efficacemente alle aspettative e alle esigenze del mercato del lavoro contemporaneo, fornendo ai laureati strumenti e competenze di valore. Parallelamente, si evidenzia l'opportunità di:

- Relativamente alla figura professionale del "Esperto/a Della Comunicazione Aziendale e della Pubblicità", le parti sociali sottolineano l'importanza di rafforzare alcune competenze, quali quelle delle Pubbliche Relazioni.
- Per entrambe le figure professionali in uscita, viene suggerito di rafforzare le competenze di redazione di testi a carattere informativo e pubblicitario per media tradizionali e digitali, giornali, radio, televisione, prevedendo attività di didattica interattiva su questi temi.
- Rafforzare stage presso le aziende (coinvolgimento, ad esempio, in progetti quali "RAI - Porte aperte", con inizio da settembre 2025), al fine di favorire l'acquisizione di competenze pratiche e l'inserimento professionale degli studenti nel mondo del lavoro.

L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione significativa quantizzabile nel documento di 'Analisi della Domanda' (<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-120-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>), che riassume l'impianto di lavoro, prospettive e visione d'insieme.

Co-progettazione dei CdS in riferimento alle potenzialità occupazionali dei laureati e all'eventuale proseguimento di studi in cicli successivi

L'Ateneo ha infine avviato un cantiere di lavoro articolato in una serie di azioni ulteriori di accompagnamento alla progettazione delle schede insegnamento, attraverso convegni e seminari ad hoc, che consentiranno di proseguire il lavoro di co-progettazione, progettazione e consultazione delle parti sociali.

Il risultato complessivo rispetto alle interazioni effettuate con le parti sociali è stato di grande soddisfazione rispetto a:

- adeguatezza degli obiettivi formativi, alle conoscenze, alle abilità e alle competenze che si andranno a formare;
- adeguata rispondenza dei risultati di apprendimento attesi in relazione al percorso formativo offerto;
- soddisfacente rispondenza dei risultati di apprendimento attesi rispetto alle richieste di figure professionali di riferimento.

I materiali relativi sono disponibili all'indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-120-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

È stato inoltre redatto un documento complessivo, denominato "Analisi della Domanda" che dà conto in dettaglio dell'impianto metodologico complessivo, del lavoro svolto, dell'analisi comparativa dei CdS attivati nella stessa classe in altri Atenei e della sintesi finale, con l'obiettivo di creare un sistema aperto e inclusivo e da intendersi come documento in "lavorazione" aggiornabile durante tutto il processo di istituzione del corso di Studio.

Si ritiene pertanto che con l'attuazione di questo corso possano ritenersi soddisfatte le esigenze e le potenzialità di sviluppo dei settori di riferimento anche tenendo conto dell'analisi di mercato prodotta e delle specificità del proprio CdS rispetto ai competitors (doc. Analisi della Domanda).

In ogni caso si fa presente che il modello di progettazione e implementazione e l'approccio complessivo prevede poi di realizzare una serie di azioni ulteriori di accompagnamento alla progettazione delle schede insegnamento, attraverso convegni e seminari ad hoc, che consentiranno di proseguire il lavoro di co-progettazione.

Si dà inoltre conto della sintesi delle consultazioni nell'omonimo documento (doc. Consultazione con le parti economiche e sociali per l'istituzione del Corso di Laurea).

1.2 - Analisi condotta per l'identificazione dei profili culturali e professionali, delle funzioni e delle competenze

Alla classe di Laurea in Scienze della Comunicazione L-20 fanno riferimento oltre sessanta corsi di laurea triennali (62), inclusi all'interno dell'offerta didattica di quasi cinquanta atenei italiani (48) per l'anno accademico 2023/2024. La gran parte degli Atenei che contemplano il corso presentano caratteristiche abbastanza omogenea rispetto alle scienze delle comunicazioni, con alcune specifiche declinazioni di contenuti per gli altri. L'Università degli studi Torino eroga quattro corsi, mentre quella di Udine e Milano "Bicocca" ne offrono tre; due corsi sono erogati da: Libera Università degli Studi "Maria SS.Assunta", Libera Università di lingue e comunicazione IULM, Università degli Studi di Cagliari, Università degli Studi di Milano, Università degli Studi di Perugia e Università degli Studi di Roma "La Sapienza".

Gli studenti iscritti al CdL **L20** in Italia sono 51.279 per l'a.a. 2023/24 secondo i dati Mur-Ustat

Il ruolo degli Atenei telematici

Tra le università telematiche, gli Atenei LINK CAMPUS University, Università degli Studi telematica "Guglielmo Marconi", Università Telematica degli Studi IUL, Università degli Studi Telematica Niccolò Cusano e l'Università Telematica "E-CAMPUS", oltre Universitas Mercatorum, erogano un corso afferente alla classe di laurea L-20.

Tabella – CdL attivati nella Classe L-20 nel 2023/24 per Ateneo, sede e denominazione (dati University, 2024)

Ateneo	Sede	Corso di Laurea
Libera Università di BOLZANO	BRESSANONE	Scienze della Comunicazione e Cultura
Libera Università degli Studi "Maria SS.Assunta" - LUMSA	ROMA	Scienze della comunicazione, Marketing e digital media
Libera Università degli Studi "Maria SS.Assunta" - LUMSA	ROMA	Comunicazione digitale e marketing
LINK CAMPUS University	ROMA	Tecnologie innovative per la comunicazione digitale
Libera Università di lingue e comunicazione IULM	MILANO	Comunicazione, media e pubblicità
Libera Università di lingue e comunicazione IULM	MILANO	Comunicazione d'impresa e relazioni pubbliche
Università Cattolica del Sacro Cuore	MILANO	Comunicazione e società
Università Cattolica del Sacro Cuore	MILANO	Linguaggi dei media
Università degli Studi telematica "Guglielmo Marconi"	ROMA	Scienze della Comunicazione e Media Digitali
Università degli Studi della TUSCIA	VITERBO	Comunicazione, tecnologie e culture digitali
Università degli Studi di BARI ALDO MORO	BARI	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di BERGAMO	BERGAMO	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di BOLOGNA	BOLOGNA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di CAGLIARI	CAGLIARI	Lingue e Comunicazione
Università degli Studi di CAGLIARI	CAGLIARI	Scienze della Comunicazione
Università degli Studi di CATANIA	CATANIA	Scienze e lingue per la comunicazione
Università degli Studi di FERRARA	FERRARA	Scienze e tecnologie della comunicazione
Università degli Studi di FIRENZE	FIRENZE	Scienze umanistiche per la comunicazione
Università Telematica degli Studi IUL	FIRENZE	Comunicazione innovativa, multimediale e digitale
Università degli Studi di FOGGIA	FOGGIA	Comunicazione, relazioni pubbliche e tecnologie digitali
Università degli Studi di GENOVA	SAVONA	Media, Comunicazione e Società
Università degli Studi di MACERATA	MACERATA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di MESSINA	MESSINA	Scienze dell'Informazione: Tecniche giornalistiche e Social Media
Università degli Studi di MILANO	MILANO	Scienze umanistiche per la comunicazione
Università degli Studi di MILANO	MILANO	Comunicazione e società
Università degli Studi di MILANO Bicocca	MILANO	Comunicazione interculturale
Università degli Studi di MILANO Bicocca	MILANO	Interpretariato e traduzione in Lingua dei Segni Italiana (LIS) e Lingua dei Segni Italiana tattile (LIST)
Università degli Studi di MILANO Bicocca	MILANO	Scienze psicosociali della comunicazione
Università degli Studi di MODENA e REGGIO EMILIA	REGGIO NELL'EMILIA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di PADOVA	PADOVA	Comunicazione
Università degli Studi di PALERMO	PALERMO	Scienze della Comunicazione
Università degli Studi di PARMA	PARMA	Comunicazione e Media Contemporanei per le Industrie Creative
Università degli Studi di PAVIA	PAVIA	Comunicazione, innovazione, multimedialità
Università degli Studi di PERUGIA	PERUGIA	Comunicazione internazionale e pubblicitaria
Università degli Studi di PERUGIA	PERUGIA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di ROMA "La Sapienza"	ROMA	Comunicazione, tecnologie e culture digitali
Università degli Studi di ROMA "La Sapienza"	ROMA	Comunicazione pubblica e d'impresa
Università degli Studi di ROMA "Tor Vergata"	ROMA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di SALERNO	FISCIANO	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di SASSARI	SASSARI	Comunicazione pubblica e professioni dell'informazione
Università degli Studi di SIENA	SIENA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di TERAMO	TERAMO	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di TORINO	TORINO	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di TORINO	TORINO	Innovazione sociale, comunicazione, nuove tecnologie
Università degli Studi di TORINO	TORINO	Comunicazione interculturale
Università degli Studi di TORINO	TORINO	Scienze della comunicazione
Università degli Studi di TRENTO	TRENTO	interfacce e tecnologie della comunicazione
Università degli Studi di Urbino Carlo Bo	URBINO	Informazione, media, pubblicità
Università degli Studi di UDINE	UDINE	Relazioni pubbliche
Università degli Studi di UDINE	GORIZIA	Relazioni pubbliche
Università degli Studi di UDINE	PORDENONE	Scienze e tecnologie multimediali
Università degli Studi di VERONA	VERONA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi Telematica Niccolò Cusano	ROMA	Comunicazione digitale e social media
Università degli Studi ROMA Tre	ROMA	Scienze della comunicazione
Università del SALENTO	LECCE	Scienze della comunicazione
Università della CALABRIA	RENDE	Media e Società digitale
Università Telematica "E-CAMPUS"	NOVEDRATE	Scienze della comunicazione
Universitas Mercatorum	ROMA	Comunicazione e multimedialità
Università degli Studi INSUBRIA Varese-Como	VARESE	Scienze della comunicazione
Università degli Studi del MOLISE	CAMPOBASSO	Scienze della comunicazione
Università Telematica Internazionale UNINETTUNO	ROMA	Scienze della comunicazione
Università degli Studi Suor Orsola Benincasa	NAPOLI	Scienze della comunicazione

Il quadro regionale

Il contesto laziale conta la presenza del CdL L20 in nove degli Atenei regionali: Roma La "Sapienza", Link Campus, Lumsa, Tor Vergata, Roma Tre, Università della Tuscia e le telematiche Marconi, UniCusano, e UniNettuno, oltre Universitas Mercatorum.

Tabella L20 - Iscritti al CdL L20 nell'area regionale (dati Ustat- Miur, a.a. 2023/24)*

Ateneo	Sede	Iscritti
Università degli Studi di Roma "La Sapienza"	Roma	3.065
Link Campus	Roma	146
LUMSA	Roma	1.314
Università degli Studi Tor Vergata	Roma	596
Università degli Studi Roma Tre	Roma	1.790
Università della Tuscia	Viterbo	264
Università Telematica Marconi	Roma	973
Università Telematica UniCusano	Roma	372
Università Telematica UniNettuno	Roma	2.558
<i>Università Telematica "Universitas MERCATORUM"</i>	<i>Roma</i>	<i>2.759</i>
Totale	Lazio	13.837

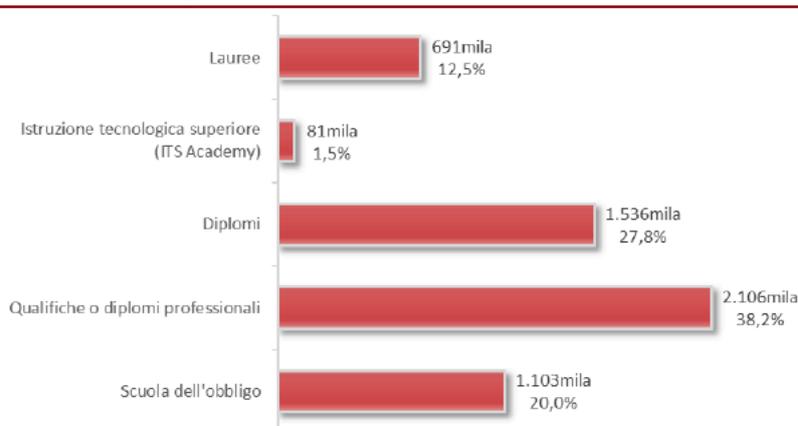
*I dati inseriti possono subire variazioni, poiché vengono aggiornati periodicamente dall'ufficio di Statistica Ustat.

L'analisi comparativa con i corsi di laurea magistrali L-20 attivi sul territorio laziale e più in generale, nelle Università a livello nazionale, evidenzia una specifica significatività di percorsi formativi simili, coerente con la domanda rappresentata dal crescente numero di iscritti. L'insieme aggiornato dei dati della concorrenza, analizzati in rapporto con le esigenze delle imprese, evidenziano una ulteriore positiva attrattività del corso.

L'analisi delle entrate previste secondo il sistema informativo Excelsior

Nel 2024, le imprese private con dipendenti, dell'industria e dei servizi, richiedono complessivamente 691mila laureati su un totale di 5.516mila ingressi, ovvero il 12,5% dei posti di lavoro programmati dalle imprese per il 2024 è destinato a laureati. Considerando che le imprese richiedono anche 81mila (1,5% del totale delle richieste) diplomati con istruzione tecnologica superiore (ITS Academy) e altri 1.536mila (27,8% del totale delle richieste) diplomati di scuola secondaria di secondo grado, si rileva che quasi il 50% dei posti di lavoro è destinato a persone con un livello di istruzione medio-alto. Le altre richieste, infine, sono rivolte a persone in possesso di un titolo di qualifica o diploma di formazione professionale (2.106mila richieste, pari al 38,2% del totale) o riguardano mansioni per le quali è richiesta la scuola dell'obbligo (1.103mila, pari al 20,0%).

Grafico N.1 - Posti di lavoro programmati dalle imprese nel 2024 per livello di istruzione (valori assoluti e percentuali)



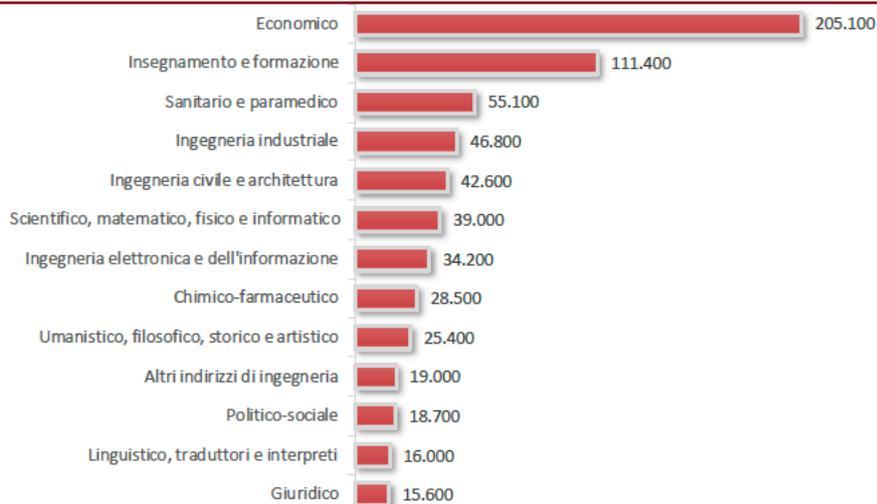
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

I settori in cui si rileva una maggiore necessità di laureati si confermano, anche per il 2024, quelli della Sanità, assistenza sociale e servizi sanitari privati (20,2%), dei Servizi avanzati di supporto alle imprese (15,4%) e dell'Istruzione e servizi formativi privati (13,3%).

Il 40,9% degli ingressi è previsto all'interno di imprese di piccola dimensione (ossia con meno di 50 dipendenti), mentre il 27,3% da imprese di medie dimensioni (tra 50 e 249 dipendenti); infine, il 31,9% è assorbito da imprese di grandi dimensioni (oltre 250 dipendenti).

In termini assoluti, l'indirizzo Economico si conferma anche per il 2024 il più richiesto, con 205mila inserimenti (29,7% della domanda totale di laureati). Rilevante è anche la richiesta di laureati nei diversi indirizzi di Ingegneria, per cui si prevedono 143mila entrate complessive (20,6% della domanda totale), suddivise in Ingegneria industriale (47mila), Ingegneria civile e architettura (43mila), Ingegneria elettronica e dell'informazione (34mila) e Altri indirizzi di ingegneria² (19mila).

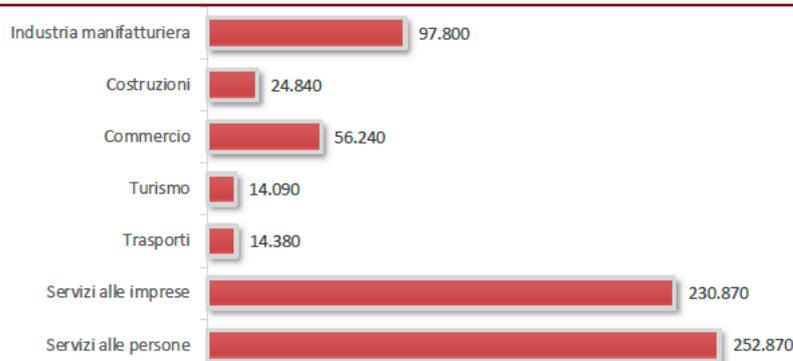
Grafico N.2 - Gli indirizzi di laurea più richiesti dalle imprese (valori assoluti in migliaia)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

La gran parte degli inserimenti di laureati avviene nel settore dei servizi, soprattutto nei servizi alle persone e nei servizi alle imprese. Nel manifatturiero le richieste più elevate sono quelle dell'industria metalmeccanica e dell'elettronica. Rispetto al 2023, si rileva, tuttavia, una diminuzione della richiesta di laureati in entrambi i settori.

Grafico N.3 - Inserimenti di laureati per grandi settori (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

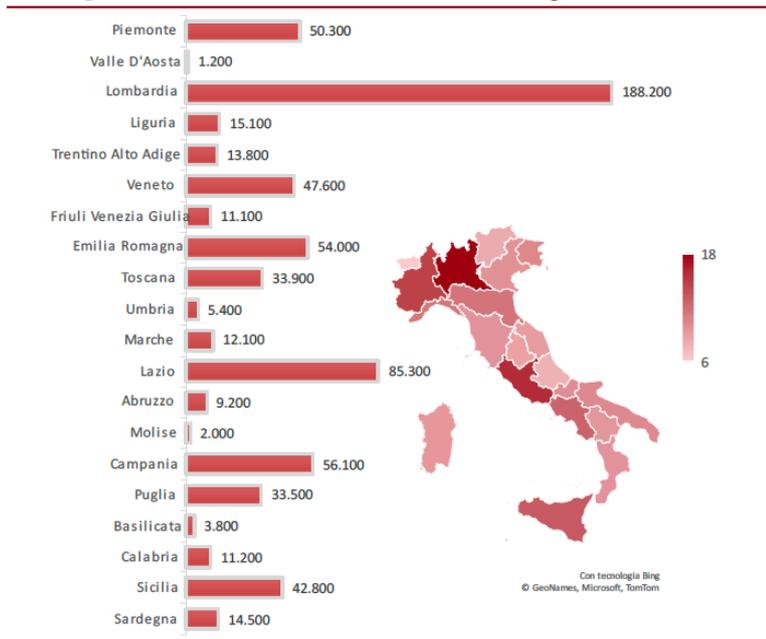
In particolare, si concentrano nei servizi alle persone (253mila unità, pari al 36,6% del totale), nei servizi alle imprese (231mila unità, con una quota del 33,4% del totale) e, seppure in misura meno rilevante, nell'industria manifatturiera (98mila unità, pari al 14,2% del totale), seguita dal commercio (56mila unità, pari all'8,1% del totale). I laureati sono, infine, relativamente meno richiesti nei settori delle costruzioni (quasi 25mila unità, 3,6%), dei trasporti (circa 14mila, 2,1%) e del turismo (14mila, 2,0%).

Il settore industriale manifatturiero con il maggior numero di inserimenti di laureati è quello dell'industria metalmeccanica e dell'elettronica (48mila); seguono il settore dell'industria chimica, farmaceutica, della plastica e della gomma (14mila), quello alimentare (10mila) e quello delle Altre industrie, che include anche le Public Utilities, cioè le imprese di gestione di reti elettriche, del gas e dell'acqua e che gestiscono servizi ambientali (quasi 10mila). I settori menzionati concentrano l'83,8% di tutti i laureati richiesti nell'industria manifatturiera.

La distribuzione territoriale dei laureati premia le regioni più grandi, dal punto di vista dei valori assoluti: ai primi posti si trovano Lombardia, Lazio, Campania, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto e Sicilia.

In termini relativi, ossia rilevando la diversa quota di laureati sul totale regionale delle entrate previste, prevalgono regioni quali Lombardia e Lazio (rispettivamente 18 e 16 laureati per 100 entrate programmate), seguite da Piemonte (14 su 100) e Sicilia (13 su 100). Queste sono le sole regioni che superano il valore medio nazionale (pari a 13 su 100).

Grafico N.4 - Domanda di laureati per territorio (valori assoluti, per il grafico a barre, e valori percentuali di laureati sul totale regionale delle entrate, per la mappa).



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Gli indirizzi più ricercati dalle imprese per i laureati sono quello Economico, di Ingegneria e quello relativo all' Insegnamento e formazione. Per quanto riguarda il primo, a fronte di una richiesta pari al 29,7% a livello nazionale, in Veneto la domanda di laureati a indirizzo Economico raggiunge i livelli più elevati (33,8%); seguono la Lombardia (32,9%), il Lazio (32,7%), l'Emilia-Romagna (31,3%), le Marche (30,3%) e la Liguria (29,9%). La Sicilia (19,8%) e il Molise (21,7%) sono invece le due regioni in corrispondenza delle quali la richiesta di laureati a indirizzo Economico è più contenuta.

La richiesta di laureati nell'ambito di Ingegneria (pari al 20,6% a livello nazionale) è diffusa in maniera trasversale (ossia con valori superiori al 15%) in quasi tutte le regioni; tuttavia, i valori più elevati si osservano in Basilicata (25,4%), in Abruzzo (24,5%) e in Piemonte (23,9%). La percentuale più bassa si registra in Sardegna (14,3%).

Per quanto riguarda l'indirizzo Insegnamento e formazione, si può notare che la richiesta di laureati (pari al 16,1% a livello nazionale) raggiunge il 25,0% in Sicilia, il 23,4% in Trentino-Alto-Adige, il 22,6% in Sardegna e il 22,3% in Campania, mentre la percentuale minima si registra nel Lazio (11,6%).

Pur trattandosi di statistiche descrittive, queste differenze delineano un quadro connotato da una spiccata eterogeneità a livello territoriale.

Per la quasi totalità delle assunzioni dei laureati (93,4%) viene richiesta un'esperienza lavorativa progressa, soprattutto specifica nella professione di inserimento, seppure sia

frequente anche la richiesta di un'esperienza nel settore. Solo per il 6,6% dei profili ricercati non è reputato necessario aver maturato alcuna esperienza professionale ex-ante.

Rispetto al 2023, sono aumentate le richieste di lavoratori con esperienza specifica (+2,0 punti percentuali), a svantaggio di coloro che hanno un'esperienza nello stesso settore (-2,3 punti percentuali); stabili, invece la quota di richieste di formazione generica e la quota di richieste di profili senza alcuna esperienza.

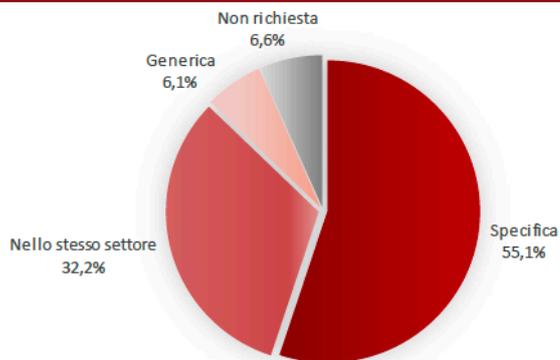
Tra gli indirizzi con le percentuali più elevate di richieste di esperienza lavorativa specifica nella professione emergono il Medico e odontoiatrico (91,8%), quello Statistico (76,3%) e il Sanitario e paramedico (73,6%).

Analizzando invece le richieste di esperienza maturata all'interno del settore, gli indirizzi per i quali si rilevano le quote più elevate sono Scienze motorie (51,7%), Ingegneria civile e architettura (45,2%), Politico-sociale (41,7%), Agrario, agroalimentare e zootecnico (37,5%), Insegnamento e formazione (37,1%), nonché l'indirizzo Linguistico, traduttori e interpreti e quello di Scienze biologiche e biotecnologie (entrambi 36,1%).

Gli indirizzi Scienze della terra, Ingegneria elettronica e dell'informazione e Chimico-farmaceutico risultano essere quelli ai quali laureati viene richiesta in misura meno stringente un'esperienza lavorativa pregressa (rispettivamente 85,2%, 88,1% e 89,3%, considerando che la media è pari a 93,4%).

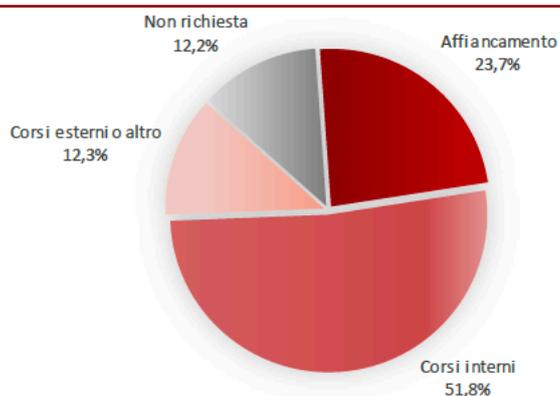
Nella maggior parte dei casi, tuttavia, si prevede un periodo di formazione post-entry, in particolare con corsi interni all'azienda o con affiancamento.

Grafico N.5 - Esperienza richiesta dalle imprese (valori percentuali)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

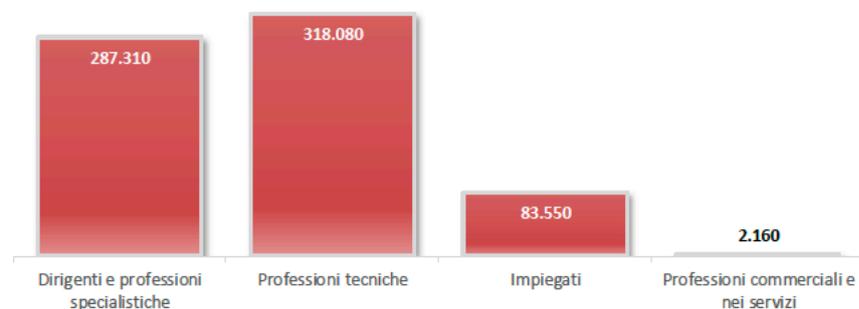
Grafico N.6 - Previsione di formazione post-entry in azienda (valori percentuali)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Tra le professioni che i laureati sono chiamati a svolgere prevalgono soprattutto quelle tecniche, che rappresentano il 46,0% del totale (318mila richieste) e quelle altamente specializzate, pari al 41,6% (287mila, di cui 280mila a elevata specializzazione e 7mila di natura dirigenziale).

Grafico N.7 - Laureati in ingresso nelle imprese per grandi gruppi professionali (valori assoluti)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Prendendo in esame le specifiche professioni, la maggior domanda di laureati proviene dall'indirizzo Medico e paramedico, coerentemente con le richieste dei relativi indirizzi di studio: sono quasi 62mila i laureati richiesti dalle strutture private che andranno a svolgere professioni per la riabilitazione o in ambiti similari, a cui si aggiungono 41mila laureati che troveranno impiego svolgendo professioni infermieristiche e di assistenza sanitaria come le ostetriche.

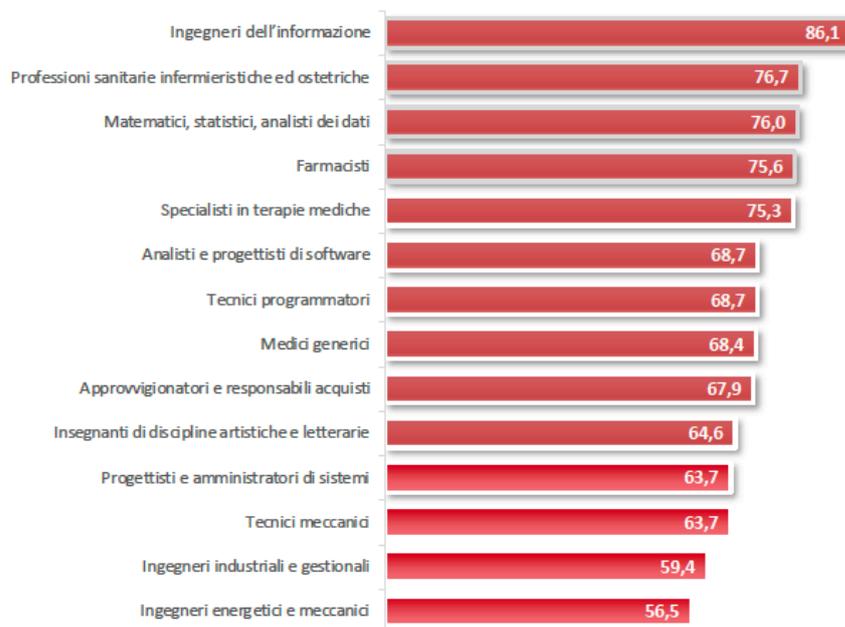
Seguono i laureati relativo al campo dei tecnici della vendita e della distribuzione commerciale, per la quale si contano 35mila inserimenti di persone con laurea. Nello stesso campo commerciale e amministrativo si trovano anche altre professioni che figurano tra le più richieste per i laureati: contabili (26mila), specialisti nei rapporti con il mercato (17mila), tecnici del marketing (10mila),

specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private (13mila), esperti legali in imprese (11mila) e specialisti in scienze economiche (11mila).

Tra le professioni più richieste figurano inoltre gli ingegneri (quasi 48mila, tra ingegneri industriali e gestionali, ingegneri civili e ingegneri energetici e meccanici), analisti e i progettisti di software (26mila), farmacisti (17mila), tecnici programmatori e tecnici meccanici (11mila, per entrambi).

Per quanto riguarda la difficoltà di reperimento, le professioni che le imprese fanno più fatica a reperire per i laureati sono afferenti in particolare all'ambito ingegneristico, medico e paramedico e scientifico. Più nel dettaglio, tra le professioni "introvabili" si distinguono gli Ingegneri dell'informazione (86,1%), seguono poi quattro professioni difficili da reperire in 7 casi su 10: le Professioni sanitarie infermieristiche e ostetriche (76,7%), i Matematici, statistici, analisti dei dati (76,0%), i Farmacisti (75,6%) e gli Specialisti in terapie mediche (75,3%).

Grafico N.8 - Professioni per le quali le imprese segnalano la maggiore difficoltà di reperimento di laureati* (valori percentuali)

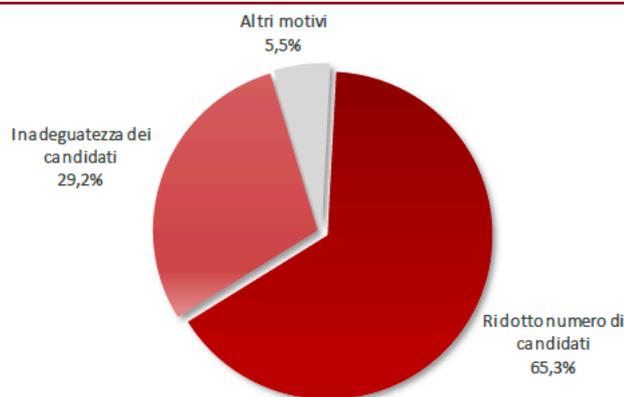


* Sono state considerate le professioni con almeno 2.000 ingressi per le quali le imprese richiedono almeno il 50% di laureati.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Le difficoltà di reperimento di laureati riguardano quasi la metà delle ricerche di personale delle imprese, con una tendenza che risulta in crescita negli ultimi anni. La motivazione di questa difficoltà è prevalentemente il ridotto numero di candidati (65,3%), seguito dall'inadeguatezza degli stessi (29,2%).

Grafico N.9 - Motivazioni della difficoltà a reperire laureati (valori percentuali*)

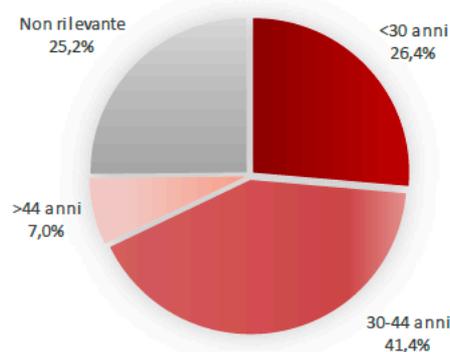


* Quote percentuali calcolate sulle entrate di difficile reperimento.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Nella maggior parte degli inserimenti previsti viene espressa una preferenza rispetto all'età del candidato. In particolare, le richieste si concentrano sulla fascia di età 30-44 anni, che è preferita soprattutto negli Indirizzi di ingegneria e nell'ambito scientifico. Rispetto al 2023 il quadro risulta articolato: aumenta la richiesta di lavoratori più giovani e di quelli più adulti, mentre diminuisce la richiesta di lavoratori nella fascia di età 30-44 anni.

Grafico N.10 - Preferenze delle imprese in termini di età (valori percentuali)



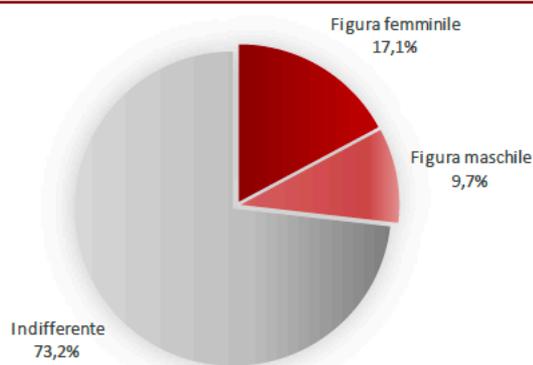
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Mediamente, nel 74,8% degli inserimenti previsti per il 2024 (517mila richieste) viene espressa una preferenza rispetto all'età del lavoratore da assumere: la richiesta di lavoratori con meno di 30 anni è pari al 26,4% (182mila) del complesso delle figure professionali cercate, mentre quella relativa alla fascia di età 30-44 anni è pari al 41,4% (286mila). Infine, la ricerca di profili maggiormente esperti, con un'età superiore ai 44 anni, coinvolge il 7,0% del complesso delle richieste (48mila). Rispetto al 2023 aumenta la richiesta di lavoratori più giovani (meno di 30 anni; +1,0%) e di quelli più adulti (più di 44 anni; +1,4%); diminuisce la richiesta di lavoratori nella fascia di età 30-44 anni (-1,9%).

Le richieste di profili più giovani (meno di 30 anni) si evidenziano soprattutto negli indirizzi di Scienze motorie (34,3%), Economico (32,4%), Scientifico, matematico, fisico e informatico (30,9%), Linguistico, traduttori e interpreti (29,9%), Ingegneria elettronica e dell'informazione (29,6%) e Scienze della terra (29,0%).

Per quanto riguarda il genere, nella maggior parte degli inserimenti previsti non viene espressa alcuna preferenza rispetto al genere del candidato, seppure si rilevino alcune differenze importanti a seconda dell'indirizzo di studio, del settore e della dimensione aziendale.

Grafico N.11 - Preferenze delle imprese in termini di genere (valori percentuali)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Tuttavia, si notano alcune differenze scendendo in dettaglio per quanto riguarda il genere: tra gli indirizzi per cui si esprime più frequentemente una preferenza di genere spicca quello Psicologico, seguito da Ingegneria industriale, Scienze biologiche e biotecnologie e Politico-sociale (con valori che superano il 35,0%). Per il primo indirizzo, le imprese hanno dichiarato di avere una preferenza sul genere per il 40,0% degli ingressi previsti (a fronte di una media

che si attesta al 26,8%) e, nella maggior parte dei casi (84,9%), prediligono lavoratori di genere femminile. Per il secondo indirizzo, invece, la preferenza coinvolge il 37,8% degli ingressi; al contrario, in questo caso ad essere richiesti sono soprattutto gli uomini (89,6%).

Anche il terzo e quarto indirizzo tra quelli hanno dichiarato di prediligere una figura femminile (rispettivamente l'86,0% per l'indirizzo Scienze biologiche e biotecnologie e l'83,8% per quello Politico-sociale). Altri indirizzi prediligono profili femminili, si tratta in particolare degli indirizzi Insegnamento e formazione (91,9%), Sanitario e paramedico (85,6%), ma anche Linguistico, traduttori e interpreti (84,9%), Umanistico, filosofico, storico e artistico (84,3%), nonché Medico e odontoiatrico (83,4%). Diversamente, preferiscono il genere maschile gli indirizzi di Ingegneria industriale, l'indirizzo Scientifico, matematico, fisico e informatico (82,8%) e, in generale, l'ambito Statistico, Agrario, agroalimentare e zootecnico, Ingegneristico, Scienze della Terra e in quello di Scienze motorie (con valori che oscillano dal 61,6% al 77,5%).

Le competenze richieste ai laureati

Anche per i laureati le **competenze trasversali** affiancano sempre di più le competenze strettamente tecniche e scientifiche. Ad essi viene richiesta flessibilità e adattamento, saper portare soluzioni, saper lavorare assieme agli altri e allo stesso tempo saper essere autonomi nello svolgimento del proprio ruolo. Queste esigenze sono comuni a tutti gli indirizzi di studio, con l'eccezione di saper comunicare in italiano o in lingua straniera, dove si registrano differenze notevoli (soprattutto per quanto riguarda la conoscenza delle lingue) tra gli indirizzi di studio. Tale risultato è confermato anche dai dati AlmaLaurea.

Grafico N.12 - Competenze trasversali richieste ai laureati* (valori percentuali)



* Quote percentuali di entrate 2024 per le quali la competenza è ritenuta di importanza elevata (livello "medio-alto" e "alto") sul totale.
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Le competenze digitali sono richieste per il 66,9% degli ingressi di laureati. Sono molto apprezzate anche l'attitudine al risparmio energetico e alla sostenibilità ambientale e la capacità di utilizzare linguaggi informatici. La capacità di applicare tecnologie digitali per innovare e automatizzare i processi è richiesta al 29,1% dei laureati. Infine, la capacità di gestire prodotti/tecnologie green è richiesta al 26,0% dei laureati. (soprattutto per i profili ingegneristici).

Grafico N.13 - Competenze digitali e tecnologiche richieste ai laureati* (valori percentuali)



* Quote percentuali di entrate 2024 per le quali la competenza è ritenuta di importanza elevata (livello "medio-alto" e "alto") sul totale.
 Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Le imprese richiedono digital skill al 66,9% dei laureati, soprattutto ai laureati degli indirizzi Scientifico, matematico, fisico e informatico (98,2%), Ingegneria elettronica e dell'informazione (98,0%), Statistico (95,3%), Ingegneria civile e architettura (87,0%), Altri indirizzi di ingegneria (86,2%) e Ingegneria industriale (85,9%).

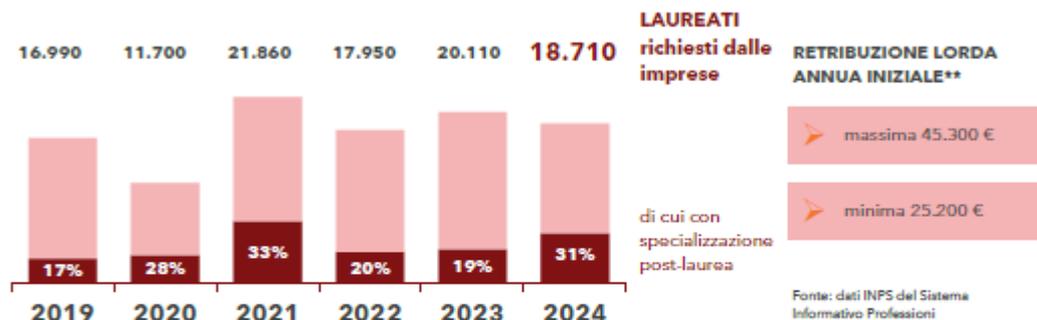
Parimenti importanti sono le altre competenze "tecnologiche", cioè la capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici, nonché la capacità di applicare tecnologie digitali per innovare e automatizzare i processi. L'indirizzo Scientifico, matematico, fisico e informatico ottiene il maggior punteggio rispetto a queste due competenze tecnologiche (rispettivamente 78,9% e 67,5%). Per la capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici ottengono, inoltre, punteggi superiori al 70%, gli indirizzi Statistico (78,8%) e Ingegneria elettronica e dell'informazione (72,3%). Per la capacità di applicare tecnologie digitali per innovare e automatizzare i processi, invece, ottiene un punteggio che sfiora il 60% l'indirizzo di Ingegneria elettronica e dell'informazione (59,2%).

La laurea in indirizzo politico sociale: una visione d'insieme

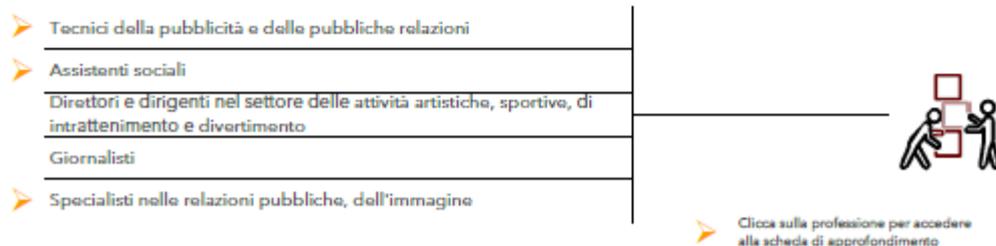
Di seguito un'analisi sulle caratteristiche dei laureati in umanistico, filosofico, storico ed artistico, ivi comprese le principali competenze che devono possedere (trasversali, digitali, green e comunicative), la difficoltà di reperimento e i settori economici che richiedono maggiormente tale tipologia di laureati.

INDIRIZZO POLITICO-SOCIALE

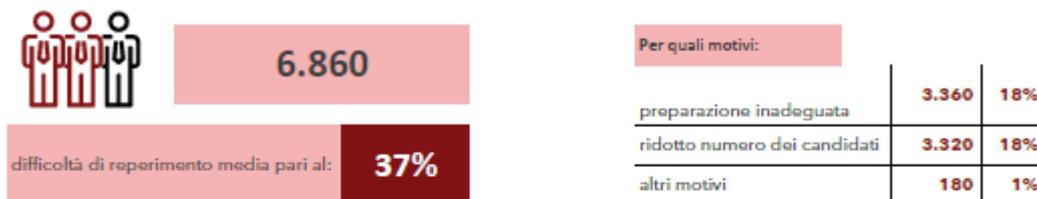
/ OPPORTUNITÀ DI LAVORO NELLE IMPRESE



/ SBOCCHI PROFESSIONALI CARATTERIZZATI DALLA RICHIESTA DI QUESTO INDIRIZZO DI STUDIO



/ LAUREATI DI QUESTO INDIRIZZO CHE LE IMPRESE HANNO DIFFICOLTÀ A TROVARE



/ LE PROFESSIONI PIÙ DIFFICILI DA REPERIRE (*)

Rank	Professione	Retribuzione lorda annua iniziale (**)
1	Direttori e dirigenti della comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni	n.d.
2	Specialisti gestione e sviluppo del personale e dell'organizzazione del lavoro	da 30.100 a 36.200 €
3	Giornalisti	34.200 €

(*) Graduatoria secondo la difficoltà di reperimento

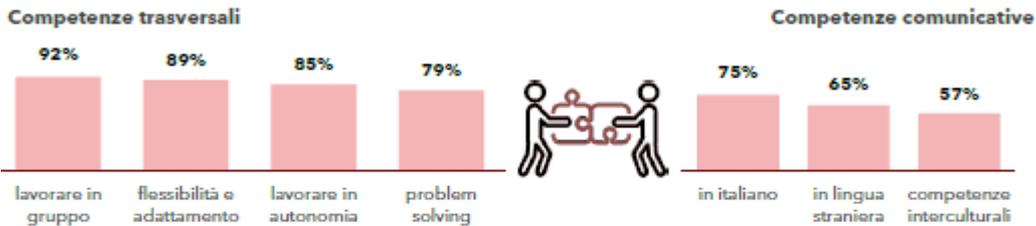
(**) Fonte: dati INPS del Sistema Informativo Professioni - Dove sono indicate due retribuzioni ci si riferisce alla retribuzione minima e massima delle unità professionali nelle quali è articolata la professione indicata. Le retribuzioni lorde annue iniziali rappresentano l'ammontare complessivo all'inizio del rapporto di lavoro e comprendono, oltre alla retribuzione netta del lavoratore, i contributi previdenziali a carico del lavoratore e le trattenute fiscali.

Le informazioni sulle retribuzioni presenti in questa scheda fanno riferimento ai dati 2022

INDIRIZZO POLITICO-SOCIALE

/ LE PRINCIPALI COMPETENZE DA SVILUPPARE PER TROVARE LAVORO CON QUESTO INDIRIZZO DI LAUREA

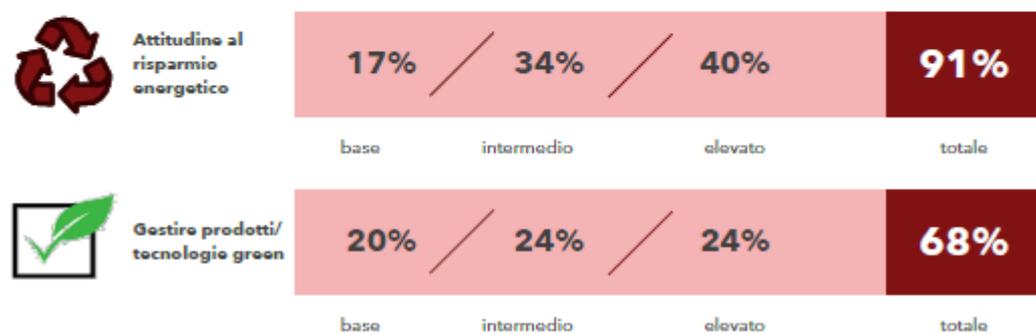
% di laureati per i quali le imprese ritengono di elevata importanza le seguenti competenze-capacità



/ LIVELLO DELLE COMPETENZE DIGITALI E TECNOLOGICHE RICHIESTE DALLE IMPRESE



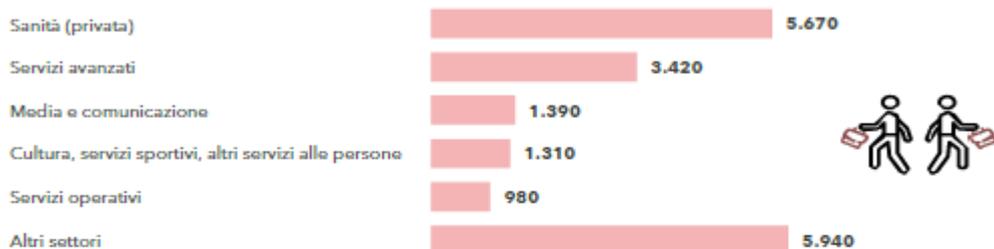
/ LIVELLO DELLE COMPETENZE GREEN RICHIESTE DALLE IMPRESE



Fonte: Unioncamere-Anpal, 2023

INDIRIZZO POLITICO-SOCIALE

/ I PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ



/ I LAUREATI RICHIESTI DALLE IMPRESE PER REGIONE

	Domanda laureati	di cui:		
		post-laurea	difficoltà di reperimento	under 30
ITALIA	18.710	5.840	37%	4.520
Nord Ovest	5.500	1.080	28%	1.620
Piemonte	1.000	260	28%	260
Valle D'Aosta	--	--	--	--
Lombardia	4.180	700	26%	1.290
Liguria	300	120	62%	60
Nord Est	3.410	680	52%	660
Trentino A.A.	730	50	31%	210
Veneto	1.070	290	61%	140
Friuli Venezia Giulia	400	140	45%	160
Emilia Romagna	1.210	210	60%	160
Centro	3.990	1.390	33%	1.090
Toscana	1.130	410	33%	330
Umbria	150	70	54%	50
Marche	400	210	32%	120
Lazio	2.310	700	32%	600
Sud e Isole	5.810	2.700	38%	1.160
Abruzzo	350	190	34%	90
Molise	110	30	29%	20
Campania	1.650	590	31%	360
Puglia	1.300	820	41%	210
Basilicata	210	100	43%	40
Calabria	440	160	43%	120
Sicilia	1.470	790	46%	250
Sardegna	280	30	18%	60

I laureati nell'indirizzo politico-sociale possono trovare una collocazione professionale in diversi settori di attività, infatti le imprese coinvolte nell'assunzione di questi laureati operano nell'ambito sanitario, nei servizi avanzati e nella comunicazione. Rispetto al biennio precedente, nel 2024 aumenta l'interesse delle imprese per i candidati con una specializzazione post-laurea. Le regioni che offrono maggiori opportunità di inserimento professionale sono la Lombardia e il Lazio. Ai laureati in questo indirizzo è richiesto il possesso di capacità trasversali e comunicative. Inoltre, emerge l'importanza riservata all'abilità digitale.

Fonte: Unioncamere-Anpal, 2023

2 - IL PROGETTO FORMATIVO

2.1 - Il carattere del CdS, nei suoi aspetti culturali, scientifici e professionalizzanti

Il corso di laurea si prefigge l'obiettivo di formare laureati dotati di una solida preparazione culturale e di un'adeguata padronanza dei metodi di analisi precisi delle scienze della comunicazione, in uno scenario oggi in profonda e costante trasformazione per impulso della digitalizzazione dei processi comunicativi, della globalizzazione dei mercati e delle culture, dell'evoluzione delle professioni e delle dinamiche relazionali consentite da Internet. Il corso prepara laureati in grado di operare nei diversi settori della comunicazione in ambito pubblico e privato presso istituzioni, associazioni, enti, aziende, editori, testate giornalistiche, agenzie creative di comunicazione e di organizzazione di eventi culturali, centri media, concessionarie pubblicitarie.

1. Equilibrio fra saperi teorici e saperi 'pratici'

L'impianto generale del percorso di studi attinge da discipline dell'area umanistica e discipline dell'area sociologica e massmediologica, estendendo il progetto formativo in ottica interdisciplinare e di integrazione reciproca dei saperi. Il percorso è concepito sulla base di un equilibrio fra discipline a carattere prevalentemente teorico e discipline che aggiungono alla dimensione teorica un profilo pratico-operativo. Le discipline teoriche permettono di acquisire strumenti di analisi e di contestualizzazione dei fenomeni storici, sociali e culturali attinenti ai molteplici linguaggi e prodotti della comunicazione. Una parte rilevante dell'offerta formativa sarà dedicata all'analisi del mutamento indotto dalla digitalizzazione e dalle sue conseguenze sull'assetto complessivo dei media e dei processi comunicativi in tutti i settori. Le discipline con una più spiccata dimensione tecnico-operativa renderanno gli studenti capaci di sviluppare competenze pratiche e creative nei vari campi della comunicazione.

2. Articolazione delle attività

Le attività di base previste dal percorso di studi sono volte a fornire i contenuti e gli strumenti fondamentali per affrontare il percorso formativo, in particolare in riferimento ad ambiti essenziali della cultura umanistica, alle prerogative linguistiche e informatiche della comunicazione, ai fondamenti concettuali delle scienze della comunicazione e dei linguaggi mediali. Le attività caratterizzanti riguardano specificamente il corso di studi e le sue articolazioni rispetto agli ambiti della comunicazione. Si ritiene di particolare importanza la formazione negli ambiti della museologia in relazione allo sviluppo delle arti multimediali e alla valorizzazione del patrimonio culturale, delle forme e dei linguaggi dello spettacolo, della psicologia della comunicazione, della sociologia dei processi comunicativi con particolare riferimento a media digitali.

Il percorso formativo è completato da alcune discipline affini non previste dalla classe L-20 e tuttavia ritenute caratterizzanti. In particolare, viene esteso il perimetro delle competenze dello studente alla conoscenza strumenti qualitativi e quantitativi della ricerca psico-sociale,

alle implicazioni psico-pedagogiche dell'uso dei media sociali. Di particolare rilievo è l'applicazione, in un'ottica intermediale e transculturale, della narratologia e della comparatistica letteraria alle molteplici forme dello storytelling contemporaneo.

3. Struttura del percorso di studi

L'acquisizione delle competenze di base e caratterizzanti prevede un percorso comune che occupa il primo e il secondo anno del percorso di studi.

Il primo anno è dedicato prevalentemente allo studio di discipline di base e caratterizzanti, comuni a tutti i percorsi, di carattere sociologico, semiologico, storico, letterario e artistico. Un particolare accento viene posto sullo studio dei linguaggi audiovisivi nel contesto contemporaneo e sulle arti multimediali e sui fenomeni della produzione culturale e dell'industria creativa in genere.

Nel secondo anno le materie teoriche si arricchiscono di discipline fondamentali per il corso di laurea dedicate alle teorie dei linguaggi e dei media digitali, alla psicologia cognitiva applicata alla comunicazione, alla storia contemporanea, all'analisi comparativa di testi narrativi letterari e multimediali, ai processi economici dell'industria mediale. A queste si aggiungono discipline sociali caratterizzanti (o affini) in particolare di ambito economico.

A partire dal terzo anno, il quadro formativo si differenzia completandosi con una serie di discipline caratterizzanti che permetteranno ai laureati di costruire dei percorsi di studi più specifici e in grado di orientarli verso le differenti professioni della comunicazione. Gli studenti frequenteranno da un lato discipline collegate maggiormente alla comunicazione per le imprese multimediali e alla pubblicità, dall'altro discipline legate allo studio della comunicazione nelle istituzioni e nella società dell'informazione. Nel primo caso vengono acquisite conoscenze specifiche nell'ambito della comunicazione pubblicitaria, della costruzione della brand identity e della conduzione di ricerche con metodi qualitativi e quantitativi. Nel secondo caso vengono acquisite conoscenze nell'ambito di discipline dedicate ai linguaggi del giornalismo, alla comunicazione politica nel mondo globale, all'etica della comunicazione nel nuovo ecosistema digitale. Saranno inoltre impartiti insegnamenti relativi all'analisi dei dati applicabili alle dinamiche specifiche dei social media.

4. Specificità del modello didattico

Si sottolinea che il modello didattico di e-learning adottato dall'Università UNIMERCATORUM è particolarmente funzionale allo sviluppo di competenze informatiche e telematiche fondamentali anche sul piano formativo (e professionale). Le modalità di interazione docente-studente inoltre stimolano competenze e abilità espressive, comunicative e tecnologiche anch'esse centrali funzionali rispetto agli obiettivi del corso di studio.

Curriculum: STATUTARIO

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	PHIL-04/B	Semiotica Generale	9
	BASE	HIIST-03/A	Storia Contemporanea	6
	BASE	GSPS-05/A	Metodologia della ricerca nella società digitale	12
	BASE	GSPS-06/A	Sociologia della comunicazione	12
	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Semiotica dei Media	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-08/A	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	3
II	BASE	GSPS-08/A	Processi economici e produttivi delle Media Company	6
	BASE	IINF-05/A	Search Engine Optimization	9
	CARATTERIZZANTI	CEAR-10/A	Tecniche della rappresentazione digitale	9
	CARATTERIZZANTI	ARTE-01/D	Arti visuali e nuove tecnologie rappresentative	9
	CARATTERIZZANTI	PAED-02/B	Tecnologie digitali e processi cognitivi	12
	AFFINI	COMP-01/A	Narratologia e storytelling	9
	AFFINI	PSIC-04/A	Community management	9
III	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Audiovisivi digitali	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	9
	CARATTERIZZANTI	GSPS-06/A	Digital and Social Media Management	9
	CARATTERIZZANTI	GIUR-05/A	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	9
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Prova Finale	6
TOTALE				180

Curriculum: COMUNICAZIONE E GIORNALISMO CON RCS ACADEMY - CORRIERE DELLA SERA

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	PHIL-04/B	Semiotica Generale *	9
	BASE	HIST-03/A	Storia Contemporanea *	6
	BASE	GSPS-05/A	Metodologia della ricerca nella società digitale *	12
	BASE	GSPS-06/A	Sociologia della comunicazione *	12
	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Semiotica dei Media *	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-08/A	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale *	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	3
II	BASE	GSPS-08/A	Processi economici e produttivi delle Media Company *	6
	BASE	INF-05/A	Search Engine Optimization	9
	CARATTERIZZANTI	CEAR-10/A	Tecniche della rappresentazione digitale	9
	CARATTERIZZANTI	ARTE-01/D	Arti visuali e nuove tecnologie rappresentative *	9
	CARATTERIZZANTI	PAED-02/B	Tecnologie digitali e processi cognitivi	12
	AFFINI	COMP-01/A	Narratologia e storytelling *	9
	AFFINI	PSIC-04/A	Community management	9
III	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Audiovisivi digitali *	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy *	9
	CARATTERIZZANTI	GSPS-06/A	Digital and Social Media Management *	9
	CARATTERIZZANTI	GIUR-05/A	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	9
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Prova Finale	6
TOTALE				180

* Gli insegnamenti contrassegnati con un asterisco appartenenti a questo curriculum sono integrati con una serie di testimonianze sviluppate e realizzate in collaborazione con RCS Academy- Corriere della Sera.

Curriculum: COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA PER LA P.A.

Anno	Attività	SSD	Insegnamento	CFU
I	BASE	PHIL-04/B	Semiotica Generale	9
	BASE	HIST-03/A	Storia Contemporanea	6
	BASE	GSPS-05/A	Metodologia della ricerca nella PA digitale	12
	BASE	GSPS-06/A	Sociologia della comunicazione	12
	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Semiotica dei Media per la PA	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-08/A	Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale	6
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Abilità informatiche e telematiche	3
II	BASE	GSPS-08/A	Processi economici e produttivi delle Media Company	6
	BASE	INF-05/A	Search Engine Optimization	9
	CARATTERIZZANTI	CEAR-10/A	Tecniche della rappresentazione digitale	9
	CARATTERIZZANTI	ARTE-01/D	Arti visuali e nuove tecnologie rappresentative	9
	CARATTERIZZANTI	PAED-02/B	Tecnologie digitali e processi cognitivi	12
	AFFINI	COMP-01/A	Narratologia e storytelling per la PA	9
	AFFINI	PSIC-04/A	Community management	9
III	CARATTERIZZANTI	PEMM-01/B	Audiovisivi digitali	9
	CARATTERIZZANTI	ECON-07/A	Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy	9
	CARATTERIZZANTI	GSPS-06/A	Digital and Social Media Management per la PA	9
	CARATTERIZZANTI	GIUR-05/A	Diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione	9
	ALTRE ATTIVITÀ	-	A scelta dello studente	12
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Ulteriori conoscenze linguistiche	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	3
	ALTRE ATTIVITÀ	-	Prova Finale	6
TOTALE				180

2.2 - Descrizione delle conoscenze, le abilità e le competenze di ciascun profilo culturale e professionale

Profili Professionali e sbocchi occupazionali

PROFILO: ESPERTO/A DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE E DELLA PUBBLICITA'

Funzione in un contesto di lavoro:

L'Esperta/o in Comunicazione Aziendale e Pubblicitaria opera nei settori della comunicazione strategica, del marketing e della pubblicità, contribuendo alla creazione, gestione e diffusione di contenuti per aziende, enti pubblici e organizzazioni creative. Il suo ruolo è fondamentale per la definizione dell'identità di brand, la promozione di prodotti e servizi e la gestione delle relazioni con il pubblico attraverso media tradizionali e digitali. In particolare, si occupa di:

- Pianificare e realizzare strategie di comunicazione aziendale e pubblicitaria, con un approccio multicanale;
- Creare e gestire contenuti per campagne pubblicitarie, branding e marketing digitale;
- Analizzare dati di mercato e monitorare l'efficacia delle campagne di comunicazione;
- Sviluppare e curare la comunicazione istituzionale e le relazioni pubbliche per aziende e organizzazioni;
- Selezionare e gestire le piattaforme di diffusione della comunicazione, con particolare attenzione ai social media e ai nuovi media digitali;
- Supportare la progettazione e l'organizzazione di eventi aziendali, culturali e promozionali;
- Redigere testi pubblicitari e contenuti editoriali per media tradizionali e digitali;
- Garantire il rispetto delle normative su copyright e pubblicità, assicurando la conformità delle strategie comunicative.

Competenze associate alla funzione:

L'Esperta/o in Comunicazione Aziendale e Pubblicitaria sviluppa competenze strategiche, creative e tecniche per operare in contesti aziendali e pubblicitari. In particolare, possiede:

- **Competenze nella gestione della comunicazione aziendale e istituzionale**, per strutturare strategie efficaci rivolte a pubblici interni ed esterni;
- **Capacità di pianificazione e gestione di campagne di marketing e pubblicità**, con focus sulle tecniche di promozione e storytelling aziendale;
- **Conoscenze nella produzione e gestione di contenuti editoriali e multimediali**, con attenzione al copywriting e al content marketing;
- **Capacità di analisi delle tendenze di mercato e del comportamento dei consumatori**, per ottimizzare strategie di comunicazione e branding;
- **Conoscenze delle normative su copyright e pubblicità**, per garantire la conformità delle attività comunicative e promozionali;

- **Competenze nella gestione della comunicazione digitale e social media marketing**, per migliorare la visibilità e il posizionamento dei brand;
- **Capacità di organizzazione e promozione di eventi aziendali e culturali**, per rafforzare l'immagine e il valore di aziende e istituzioni.

Sbocchi occupazionali:

L'Esperta/o in Comunicazione Aziendale e Pubblicitaria può operare in diversi ambiti, con particolare riferimento a:

- **Agenzie pubblicitarie e di comunicazione**, per la gestione di strategie di branding e promozione;
- **Aziende private e pubbliche**, nei reparti di comunicazione, relazioni pubbliche e marketing;
- **Media e industria dell'informazione**, nei settori editoriali, televisivi, radiofonici e digitali;
- **Enti culturali e creativi**, per la promozione di eventi e la gestione dell'immagine istituzionale;
- **Settore dell'intrattenimento e dello spettacolo**, per la gestione della comunicazione di eventi, produzioni e progetti artistici;
- **Organizzazioni no-profit e istituzioni pubbliche**, per la gestione della comunicazione istituzionale e la promozione di iniziative sociali.

PROFILO: DIGITAL MEDIA STRATEGIST

Funzione in un contesto di lavoro:

Il Digital Media Strategist opera nel settore della comunicazione e del marketing digitale, con una particolare attenzione al mondo del giornalismo e dell'informazione, occupandosi della pianificazione, gestione e ottimizzazione delle strategie di comunicazione online per aziende, enti pubblici e organizzazioni. Il Digital Media Strategist saprà massimizzare la visibilità e l'efficacia delle campagne digitali, sfruttando i social media, il web marketing e l'analisi dei dati per migliorare l'interazione con il pubblico. In particolare, si occupa di:

- Definire strategie di comunicazione digitale per ottimizzare la visibilità e il posizionamento di aziende e brand;
- Analizzare il traffico online e le interazioni degli utenti, valutando l'efficacia delle strategie di marketing;
- Pianificare e gestire campagne pubblicitarie digitali, allocando il budget per massimizzarne l'efficacia e l'efficienza;
- Creare e ottimizzare contenuti digitali, valutando il copywriting e la user experience dei siti web aziendali;
- Monitorare e migliorare le funzioni di navigazione e ricerca dei siti web per ottimizzare l'esperienza utente;
- Analizzare gli strumenti di conversione (lead generation, e-commerce, moduli di contatto) per incrementare il coinvolgimento del pubblico;
- Valutare il design e la struttura dei siti web, fornendo consulenze per migliorarne la fruibilità e l'accessibilità;
- Monitorare i trend di mercato e le strategie della concorrenza per identificare opportunità di crescita e sviluppo.

Competenze associate alla funzione:

Il Digital Media Strategist sviluppa competenze analitiche, strategiche e operative per la gestione della comunicazione online e delle piattaforme digitali. In particolare, possiede:

- **Competenze in digital marketing e web analytics**, per analizzare i dati e ottimizzare le strategie di comunicazione online;
- **Capacità di gestione di social media e advertising digitale**, per aumentare la visibilità e l'engagement dei brand;
- **Conoscenze per valutare design complessivo di siti web e user experience**, per migliorare la navigabilità e l'efficacia dei siti web aziendali;
- **Competenze in copywriting e content marketing**, per la creazione di contenuti persuasivi e ottimizzati per il web;
- **Abilità nell'analisi dei dati e delle metriche digitali**, per monitorare le performance e migliorare le conversioni;
- **Conoscenze volte a migliorare le funzioni di ricerca e di navigazione dei siti web**;

- **Capacità di gestione delle campagne pubblicitarie online**, con focus su budgeting e ottimizzazione degli investimenti.

Sbocchi occupazionali:

Il Digital Media Strategist può operare in diversi ambiti, con particolare riferimento a:

- **Agenzie di comunicazione e pubblicità**, per la gestione di strategie digitali e campagne promozionali;
- **Aziende private e pubbliche**, nei reparti di marketing, comunicazione e relazioni pubbliche;
- **Media digitali ed editoria online**, per la creazione e gestione di contenuti e strategie di posizionamento web;
- **Centri media e istituti di ricerca di mercato**, per l'analisi dei dati e la valutazione delle strategie pubblicitarie;
- **Settore dell'e-commerce e delle piattaforme digitali**, per l'ottimizzazione delle conversioni e delle strategie di vendita online.

Aree di apprendimento, obiettivi formativi specifici e i risultati di apprendimento attesi

Il corso di laurea consente di acquisire le competenze fondamentali nel campo delle scienze della comunicazione. Nel loro insieme, gli insegnamenti previsti nelle aree umanistica, sociologica, economica, informatica, psicologica, giuridica, linguistica e artistica forniscono conoscenze approfondite delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione, con particolare riferimento al digitale. La studentessa e lo studente sviluppano la capacità di comprendere e interpretare criticamente le dinamiche che caratterizzano i processi e comunicativi e i prodotti mediali nell'attuale contesto storico e sociale.

Il processo di apprendimento avviene con il supporto di adeguati materiali didattici e strumenti di verifica dell'apprendimento: per quanto riguarda i materiali didattici, ogni corso dispone di un numero adeguato di videolezioni frontali, di incontri interattivi sincronici (webconference) e diacronici (forum) e di libri di testo e/o articoli scientifici; per quanto riguarda gli strumenti di verifica, gli incontri interattivi già citati e gli esercizi assumono una funzione di verifica in itinere, mentre la verifica finale avviene attraverso esami finali scritti e orali.

La studentessa e lo studente che completano con successo il corso di studi sono in possesso di una matura capacità di interpretazione critica dei processi comunicativi e padroneggiano le metodologie di analisi precise delle scienze sociali (qualitative e quantitative) applicate ai fenomeni della produzione e del consumo mediale nei campi dell'informazione, della comunicazione d'impresa, dell'arte, dello spettacolo, del turismo e della pubblicità. Il complesso degli insegnamenti nelle sue articolazioni disciplinari dotano la studentessa e lo studente della capacità di operare concretamente negli ambiti professionali della comunicazione aziendale e istituzionale. La capacità di applicare le conoscenze è raggiunta anche attraverso attività di didattica interattiva che implicano lo sviluppo di abilità comunicativo-espressive (verbali e tecnologiche) assimilabili a quelle richieste in ambito professionale. Tali attività consentono alla laureata e al laureato di acquisire la capacità di ideare, editare, sviluppare, monitorare e gestire

in chiave transmediale la varietà degli artefatti comunicativi, assistiti da tutor esperti dei relativi settori e da docenti provenienti dal mondo delle professioni.

In particolare, la capacità di applicare conoscenza e comprensione è verificata continuamente durante gli incontri interattivi (chat, aule virtuali, classi interattive, forum). Nelle discipline con più marcato carattere applicativo, ad esse si aggiungono esercitazioni mirate, casi di studio ed elaborati. L'accertamento della acquisita capacità di applicare conoscenza e comprensione avviene tramite gli esami di profitto in forma scritta e gli elaborati sui casi di studio oggetto della didattica interattiva.

L'intero percorso formativo offre strumenti per acquisire autonoma capacità di verifica, di analisi e d'interpretazione critica dei materiali specifici, dei documenti, dei linguaggi, delle questioni storiche e metodologiche relativi alle discipline di riferimento, per valutazioni originali e per individuare gli opportuni risvolti operativi.

Le laureate e i laureati avranno la capacità di interpretare criticamente testi scritti e interazioni orali, provenienti dalla stampa, dalla radio, dalla televisione e dalla pubblicità, nonché di formulare giudizi autonomi sui processi sociali, economici, giuridici e politici ad essi sottesi e sui loro effetti nella formazione dell'opinione pubblica.

Le modalità di verifica dell'autonomia di giudizio prevedono prove scritte e/o orali, oltre alla presentazione di relazioni su argomenti specifici.

Al termine del percorso di studi la studentessa e lo studente sono in grado di comunicare con chiarezza ed efficacia, sia in lingua italiana sia in inglese, anche attraverso l'utilizzo di supporti e tecnologie multimediali appropriate, i contenuti relativi agli ambiti della comunicazione in base alle specificità di quest'ultimi. Devono sapersi esprimere con proprietà di linguaggio e con le competenze lessicali specifiche. La laureata e il laureato devono saper utilizzare a fine comunicativo, sia oralmente che per iscritto, un'altra lingua europea con proprietà di linguaggio. La laureata e il laureato devono inoltre saper utilizzare gli strumenti informatici e della comunicazione telematica.

La verifica dell'acquisizione delle abilità comunicative avrà luogo attraverso la valutazione delle prove di esame e degli eventuali gruppi di lavoro e sarà valutata complessivamente in sede di prova finale.

Al termine del percorso di studi la laureata e il laureato possiedono capacità di apprendimento funzionali al proseguimento dell'avventura formativa in un corso di studi di livello superiore (laurea magistrale, master) nei vari settori della comunicazione: giornalismo e sistemi editoriali, advertising e comunicazione d'impresa ecc.

La laureata e il laureato devono acquisire capacità di apprendimento flessibile, continuo e dinamico, che li renda autonomi e consapevoli nell'intraprendere più avanzati percorsi formativi universitari e nell'indispensabile arricchimento della loro formazione universitaria con le nozioni concrete e settoriali conseguenti all'inserimento e al permanere in un mondo del lavoro in rapida modificazione.

Le modalità di verifica della capacità di apprendimento prevedono prove scritte e/o orali, oltre alla presentazione di elaborati su argomenti specifici.

Si individuano le seguenti Aree di apprendimento del corso di studi:

AREA UMANISTICA

Conoscenza e comprensione

Attraverso le discipline umanistiche incluse nel percorso di studi offerto si mira a fornire delle competenze teoriche nell'ambito dello studio dei diversi linguaggi che danno vita ai processi comunicativi e ai testi che li costituiscono.

Questi obiettivi sono ottenuti grazie alla presenza di un insieme di insegnamenti sia di base che caratterizzanti. In particolare, lo studio della Semiotica generale (PHIL-04/B) fornisce degli strumenti teorici per lo studio dei sistemi semiotici e dei processi di significazione e di comunicazione. Le altre discipline dell'area sono orientate verso lo sviluppo di conoscenze relative ai diversi linguaggi e tipi testuali affrontati dal punto di vista sia storico che teorico. Con lo studio della narratologia e dello storytelling (COMP-01/A), delle arti visuali e nuove tecnologie rappresentative (LART/04), della Semiotica dei media e degli audiovisivi digitali (PEMM-01/B), gli studenti sviluppano le conoscenze delle forme di comunicazione più complesse, in particolare approfondendo lo studio dei linguaggi letterari, artistici e audiovisivi contemporanei. Attraverso il corso di narratologia e storytelling (COMP-01/A) si forniscono gli strumenti narratologici per un'analisi comparativa della letteratura e delle altre arti, focalizzando l'attenzione sui fenomeni intermediali e transculturali che caratterizzano l'orizzonte storico-culturale più recente. Il corso di arti visuali e nuove tecnologie rappresentative (ARTE-01/D) offre un'introduzione ai linguaggi visuali contemporanei attraverso lo studio preliminare delle avanguardie storiche a cui segue un approfondimento sui mutamenti prodotti dalle moderne tecnologie con una particolare attenzione ai fenomeni della presentazione e fruizione delle opere. Lo studio della storia contemporanea (HIST-03/A) fornirà l'indispensabile inquadramento storico dei fenomeni citati. Completano il quadro le due discipline nel settore PEMM-01/B: semiotica dei media e audiovisivi digitali. Il primo corso ha l'obiettivo di approfondire le conoscenze semiologiche in due direzioni: l'analisi dei testi e dei prodotti mediali e delle esperienze che essi producono nei ricettori, lo sviluppo di conoscenze più articolate dei linguaggi visivi. Il secondo corso è finalizzato allo sviluppo di competenze simili al primo, ma maggiormente orientate all'uso dello storytelling in una dimensione aziendale e pubblicitaria.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le discipline teoriche del corso di studi permettono di sviluppare una comprensione generale dei linguaggi e dei processi comunicativi e di maturare delle capacità di analisi dei diversi tipi di testi (orali, scritti, visivi e audiovisivi). A partire da un inquadramento storico dei fenomeni in questione, lo studente è indirizzato a procedere a delle letture analitiche appropriate. Una parte delle attività di studio è quindi dedicata ad esercitazioni ed elaborati che rientreranno nelle attività di didattica interattiva, all'interno delle singole discipline, che consentano agli studenti di collocare gli oggetti di studio da un punto di vista storico-culturale, e di saper procedere all'interpretazione di fonti testuali, visive ed audiovisive. Tali attività sono mirate alla maturazione di competenze critiche e di abilità espressive utili alla descrizione critico-tematica ed analitica di testi letterari, di testi figurativi e di opere cinematografiche, nonché alla stesura di recensioni di testi di varia natura.

Molta attenzione sarà inoltre dedicata alle discipline dedicate ai diversi aspetti della comunicazione digitale. Attraverso tale confronto, si prevede di stimolare la consapevolezza riguardo le caratteristiche specifiche di alcuni ruoli (social media manager nella comunicazione istituzionale e politica, social media manager nel marketing, editors in ambito multimediale; curatori di mostre e di progetti di valorizzazione digitale dell'arte, per citare solo alcuni esempi), e di fornire nella piattaforma spazi in cui sviluppare dei project works, in cui le studentesse e gli studenti saranno guidati dai docenti-tutor. In questa maniera, si intende tradurre al meglio l'imperativo del "learning by doing", fornendo quindi alle studentesse e agli studenti l'opportunità di scoprire meglio le proprie attitudini e di mettere in gioco le competenze già maturate.

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

- SEMIOTICA GENERALE
- NARRATOLOGIA E STORYTELLING
- ARTI VISUALI E NUOVE TECNOLOGIE RAPPRESENTATIVE
- SEMIOTICA DEI MEDIA
- AUDIOVISIVI DIGITALI
- STORIA CONTEMPORANEA

AREA SOCIOLOGICA E MASSMEDIologica

Conoscenza e comprensione

Il percorso formativo del Corso di laurea in Comunicazione e multimedialità mira a fornire una conoscenza approfondita delle teorie, delle tecnologie, degli strumenti e dei linguaggi della comunicazione nel nuovo contesto digitale; permette di sviluppare una comprensione delle dinamiche e delle tendenze che caratterizzano gli attuali processi comunicativi e mira a fornire gli strumenti per inquadrare gli stessi processi nel contesto storico e sociale.

Questi obiettivi sono ottenuti grazie alla presenza di un insieme di insegnamenti sia di base che caratterizzanti. In particolare, le discipline afferenti ai settori GSPS-06/A (Sociologia della comunicazione), GSPS-08/A (Processi economici e produttivi delle Media Company) e GSPS-05/A (Metodologie della ricerca nella società digitale) forniscono le conoscenze teoriche relative alle basi sociologiche dei sistemi di comunicazione e ai metodi di ricerca adeguati ad essi. Le discipline pedagogiche, in particolare, Tecnologie digitali e processi cognitivi (PAED-02/B), sono finalizzate a fornire agli studenti conoscenze sulle basi cognitive dei processi comunicativi e a presentare le loro possibili applicazioni nella realizzazione di prodotti mediali. L'area sociologica è completata dalle discipline di diritto pubblico, dell'informazione e della comunicazione (GIUR-05/A) e diritto della comunicazione commerciale (GIUR-02/A), che forniscono elementi sui confini giuridici che le laureate e i laureati dovranno aver assimilato per sapersi muovere nel settore professionale in uscita da questo percorso di studi. Alle materie teoriche si aggiungono numerose discipline che si muovono fra analisi teorica dei processi comunicativi e sviluppo della capacità di operare concretamente in essi.

Il percorso inoltre è caratterizzato dalla presenza dei corsi in: Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale (ECON-08/A); Community management (PSIC-04/A); Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy (ECON-07/A); Search Engine Optimization (IINF-05/A); Tecniche della rappresentazione digitale (CEAR-10/A); Digital and Social Media Management (GSPS-06/A). Il corso di Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale fornisce le competenze teoriche e pratiche per padroneggiare la comunicazione d'impresa nel contesto attuale. Il corso di Community management è finalizzato alla comprensione dell'impatto delle complesse dinamiche emotive, sia intrapsichiche sia relazionali, sulle comunicazioni a livello dei microsistemi (relazioni interpersonali) come pure delle macro (interazioni sociali). Il corso di Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy è dedicato alla comprensione dei processi e all'acquisizione delle tecniche che permettono alle aziende di adeguare la produzione ai consumatori. Il corso di Search Engine Optimization ha le stesse finalità ma è dedicato espressamente all'uso dei motori di ricerca nel Marketing. Il corso di Tecniche della rappresentazione digitale permette di applicare le conoscenze generali relative alla comunicazione aziendale alla costruzione della "Brand Identity" di un'azienda o di un ente; la disciplina Digital and Social Media Management fornisce le competenze necessarie per analizzare e sviluppare una campagna pubblicitaria nel contesto digitale e anche la capacità di analizzare testi e prodotti multimediali pubblicitari e per valutare la ricezione di tali testi. In particolare, il corso contribuisce allo sviluppo di competenze pratiche nella comunicazione pubblicitaria, in particolare riguardo al lavoro del copywriter.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il percorso di studi verte sulla capacità di applicazione delle conoscenze acquisite in modo chiaro e sicuro, attraverso un utilizzo degli strumenti appresi in modo attivo e finalizzato all'elaborazione e alla gestione delle problematiche inerenti il mondo della comunicazione istituzionale e d'impresa, dei mass-media e dei testi e prodotti mediali, secondo lo sviluppo tecnologico e l'articolazione sociologica di riferimento. Una parte rilevante delle attività di studio è dedicata ad esercitazioni e attività di didattica interattiva che consentano agli studenti di sperimentare attivamente l'uso e l'applicazione delle conoscenze acquisite. Il corso di Tecnologie digitali e processi cognitivi si presenta come il prototipo ideale dei corsi caratterizzati da un'integrazione tra strumenti teorici (la psicologia cognitiva e la pedagogia) e capacità di applicarli attraverso l'interazione e la cooperazione tra studenti mediata e coordinata dal docente.

Le discipline teorico-applicative come Comunicazione interna nell'organizzazione aziendale (ECON-08/A), Tecniche della rappresentazione digitale (CEAR-10/A), Elementi di Marketing e Digital Advertising Strategy (ECON-07/A), Search Engine Optimization (IINF-05/A), Digital and Social Media Management (GSPS-06/A), danno una grande rilevanza alle attività di didattica interattiva. Tali attività sono mirate alla realizzazione di prodotti comunicativi di tutti i generi pertinenti, alla pianificazione di prodotti e campagne pubblicitarie e alla realizzazione di progetti di brand, assistiti da tutor esperti del settore e da operatori impegnati nei mercati di riferimento. In questo quadro assumono una grande rilevanza gli elaborati, costruiti per

permettere a studentesse e studenti di sviluppare delle competenze applicative nei nuovi settori legati alla società digitale.

Per un'analisi approfondita delle attività e delle modalità di sviluppo e di verifica delle competenze si rimanda alle schede individuali degli insegnamenti.

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

- SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE
- PROCESSI ECONOMICI E PRODUTTIVI DELLE MEDIA COMPANY
- METODOLOGIE DELLA RICERCA NELLA SOCIETÀ DIGITALE
- TECNOLOGIE DIGITALI E PROCESSI COGNITIVI
- DIRITTO PUBBLICO DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE
- COMUNICAZIONE INTERNA NELL'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE
- COMMUNITY MANAGEMENT
- ELEMENTI DI MARKETING E DIGITAL ADVERTISING STRATEGY
- SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
- TECNICHE DELLA RAPPRESENTAZIONE DIGITALE
- DIGITAL AND SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

2.3 - Struttura del CdS e caratteristiche degli insegnamenti a distanza

Nei documenti Modello Didattico e Descrizione del percorso di formazione e modalità di interazione prevista (vedi Allegato 1) sono definite:

- L'interazione didattica di Universitas Mercatorum
- La Didattica Erogativa (DE): video-lezioni, dispense e test
- La Didattica interattiva (DI) in piattaforma
- L'interazione didattica con gli studenti ed i processi di monitoraggio
- La Tutorship

Nello specifico a ciascun credito formativo (CFU) corrispondono convenzionalmente 25 ore di attività da parte dello studente.

In linea con le indicazioni dell'ANVUR, della fine del 2014, l'Ateneo recepisce quanto previsto nelle "Linee Guida per l'accreditamento periodico delle università telematiche e dei corsi di studio erogati in modalità telematica" prevedendo di attivare a partire dall'anno 2015/2016, in ogni corso di laurea, 7 h per cfu articolate in 6 h di didattica erogativa (DE) e 1 h di didattica interattiva (DI). Sul punto si ricorda che l'ANVUR richiede che "le attività di didattica (DE+DI) coprano n minimo di 6 h per CFU,ed auspicabilmente andare oltre questa soglia minima, garantendo altresì almeno un'ora per CFU sia per la DE che per la DI

A titolo esemplificativo un corso di 9 CFU comprende:

Attività di didattica erogativa (DE)	<p>→ 54 Videolezioni + 54 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 54 ore</p>
Attività di didattica interattiva (DI) ed e-tivity con relativo feed-back al singolo studente da parte del docente o del tutor	<p>→ Redazione di un elaborato → Partecipazione a una web conference → Svolgimento delle prove in itinere con feedback → Svolgimento della simulazione del test finale Totale 9 ore</p>
Attività di autoapprendimento	<p>→ 162 ore per lo studio individuale</p>

Esistono apposite checklist di controllo della ripartizione tipologia didattica e della didattica interattiva (Doc. Checklist di Controllo della Ripartizione Tipologia Didattica - Checklist di Controllo della Didattica Interattiva - vedi Allegato 1) che permettono agli organi di AQ di monitorare la situazione e pianificare azioni correttive.

Lo schema che segue consente di cogliere le attività di progettazione ed erogazione post approvazione del corso, nell'ottica di realizzare un percorso formativo armonico ed integrato.

GANTT DEL PROGETTO DIDATTICO	Periodo 1 maggio 2024	Periodo 2 giugno-luglio 2024	Periodo 3 agosto-ottobre 2024	Periodo 4 novembre 202 - febbraio 2025	Periodo 5 febbraio-aprile 2025	Periodo 6 maggio-giugno 2025	
Incontri con i docenti	X						
Progettazione di dettaglio	X						
Consegna schede insegnamento definitive	X						
Registrazioni e montaggio	X	X	X				
Disponibilità materiali didattici Didattica Erogativa (DE)				MATERIALI DISPONIBILI			
Materiali Didattica Interattiva (DI) - Webconference			1° Webconference	2° Webconference	3° Webconference	4° Webconference	
Materiali Didattica Interattiva (DI) - Elaborati			1° Elaborato	2° Elaborato	3° Elaborato	4° Elaborato	

L'offerta e i contenuti sono congrui con gli obiettivi formativi e con gli aspetti metodologici e relativi all'elaborazione logico-linguistica anche sulla base delle Linee guida e dei documenti programmatici prodotti dall'Ateneo.

Per la strutturazione del CdS si è utilizzato un approccio top down che, tenendo conto dei Descrittori di Dublino e della Matrice di Tuning, ha restituito nelle Schede di Insegnamento il massimo dettaglio rispetto all'articolazione didattica.

In particolare, sono considerati strumenti strategici per la progettazione, il coordinamento e l'armonizzazione:

- la scheda insegnamento che identifica le caratteristiche e i contenuti in maniera analitica e trasparente, definendo anche la quota di e-tivity e le modalità di esame;
- la matrice di Tuning, che consente di verificare che tutti gli obiettivi previsti trovino riscontro effettivo nei vari insegnamenti.

Di seguito si riportano la Matrice di Tuning del Corso LM38 e un esempio di scheda insegnamento compilata.

Esempio di Scheda insegnamento

SEMIOTICA GENERALE	
Settore Scientifico Disciplinare	PHIL-04/B
Anno di corso	I Anno
Tipologia di attività formativa	Base X Caratterizzante <input type="checkbox"/> Affine <input type="checkbox"/> Altre attività <input type="checkbox"/>
Numero di crediti	9 CFU
Docente	Marialaura Agnello
Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti	L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Obiettivi formativi specifici

Il corso offre conoscenze e competenze in semiotica. Le lezioni presentate introducono ai principali autori e teorie della disciplina. E, attraverso casi studio concreti, rendono gli studenti capaci di usare metodi, concetti e strumenti di analisi dei significati di testi verbali, visivi, verbosivi e multimediali. Sul versante della ricezione gli studenti sapranno individuare i valori, le modalità, le strategie comunicative e i livelli (cognitivo, passionale e sensoriale) sottesi ai testi; sul versante della produzione sapranno elaborare testi, discorsi e pratiche di comunicazione efficaci, le cui forme del contenuto abbiano spessore, siano mirate allo scopo e vengano veicolate da forme dell'espressione congrue, chiare e di impatto.

Risultati di apprendimento specifici

Conoscenza e capacità di comprensione

Dimostrare di aver acquisito e compreso le conoscenze di base sugli autori, sulla teoria e la metodologia della semiotica, sui concetti e gli strumenti utili ad analizzare i significati di testi verbali, visivi, verbosivi e multimediali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Analizzare con metodo semiotico testi di forme espressive e generi diversi, per coglierne i valori, le strategie, i livelli e i significati sottesi. Saper produrre una comunicazione efficace, che mostri coerenza interna e congruenza tra le forme del contenuto scelte e le forme dell'espressione manifestate.

Autonomia di giudizio

Confrontare il metodo di analisi della semiotica con altri approcci di descrizione della comunicazione. Esprimere giudizio critico sui testi analizzati. Riconoscerne i gradi di veridizione.

Abilità comunicative

Esporre con chiarezza e capacità di articolazione, i valori, i significati, le strategie e i livelli (cognitivo, passionale e sensoriale) dei testi analizzati.

Capacità di apprendimento

Dimostrare di aver appreso come analizzare e produrre testi verbali, visivi, verbosivi e multimediali con metodo semiotico.

Programma didattico

- | | |
|--|---|
| 1- Presentazione e struttura del corso | 28- Gestualità e prossemica |
| 2- Quando è semiotica. Cogliere le differenze | 29- Esercitazione N 2 |
| 3- Segni e simboli | 30- Temi e figure |
| 4- Ferdinand de Saussure. La linguistica strutturale | 31- Il figurativo e il plastico |
| 5- Significanti e Significato | 32- La cornice |
| 6- Langue e parole | 33- Il formato. Le categorie metriche |
| 7- Sintagma e Paradigma | 34- Lo spazio. Le categorie topologiche |
| 8- Sincronico e Diacronico | 35- Linee, contorni e geometrie. Le categorie eidetiche |
| 9- Il valore | 36- Il colore. Le categorie cromatiche |
| 10- Louis Hjelmslev. La linguistica strutturale | 37- La luce |
| 11- Espressione e Contenuto | 38- Materiali e sostanze. Le categorie testurali |
| 12- Esercitazione | 39- Il semisimbolico |
| 13- Algirdas Julien Greimas. La semiotica strutturale e generativa | 40- La veridizione |
| 14- Il testo | 41- Esercitazione |
| 15- I quattro livelli: analisi, metodo, teoria, epistemologia | 42- Roland Barthes. La semiotica come discorso critico |
| 16- La semantica fondamentale | 43- Miti d'oggi |
| 17- Il quadrato semiotico | 44- La retorica |
| 18- Il percorso generativo del senso | 45- Studium/Punctum |
| 19- La narratività | 46- Il lettering e la grafica |
| 20- Le modalità | 47- Media e rimediazioni |
| 21- Le strategie di comunicazione | 48- Umberto Eco. La semiotica interpretativa |
| 22- L'enunciazione | 49- Icona/Indice/Simbolo |
| 23- Spazi, tempi e attori | 50- Apocalittici e integrati |
| 24- L'aspettatività | 51- Jurij Lotman. Semiotica della cultura |
| 25- Il punto di vista | 52- La traduzione |
| 26- Le passioni | 53- Esercitazione |
| 27- L'estesia | 54- Lezione conclusiva |

Tipologie di attività didattiche previste

Ogni Macro-argomento è articolato in 15-17 videolezioni da 30 min. corredate da dispense, slide e test di apprendimento.

Per ogni insegnamento sono previste sino a 6 videolezioni (n.1 CFU) di didattica innovativa secondo modalità definite dal docente di riferimento.

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche necessarie ad esercitare il ragionamento matematico, anche in una prospettiva interdisciplinare, a vantaggio di una visione del diritto non meramente statica e razionale, bensì quale espressione della società e della sua incessante evoluzione.

Il modello didattico adottato prevede l'erogazione online sia della didattica erogativa (DE) sia della didattica interattiva (DI). Per le attività di autoapprendimento sono previste 162 ore di studio individuale. L'Ateneo prevede di norma almeno **7 h** tra DE e DI per ogni CFU.

La didattica erogativa (DE) prevede l'erogazione in modalità sincrona di almeno il 20% delle videolezioni. Le dispense e i test di autovalutazione predisposti dai docenti titolari dell'insegnamento sono resi disponibili sulla piattaforma.

La didattica interattiva (DI) comprende il complesso degli interventi didattici interattivi, predisposti dal docente o dal tutor in piattaforma, utili a sviluppare l'apprendimento online con modalità attive e partecipative ed è basata sull'interazione dei discenti con i docenti, attraverso la partecipazione ad attività didattiche online.

In particolare, tali interventi possono riguardare:

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a web conference
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- Progetti ed elaborati
- Laboratori virtuali
- Svolgimento della simulazione del test finale

Anche in questo caso, almeno il 20% delle attività è svolto in modalità sincrona.

Nelle suddette attività convergono molteplici strumenti didattici, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. La partecipazione attiva alle suddette attività ha come obiettivo quello di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico e garantisce loro la possibilità di ottenere una valutazione aggiuntiva che si sommerà alla valutazione dell'esame finale.

Nel computo delle ore della DI sono escluse le interazioni a carattere orientativo sui programmi, sul cds, sull'uso della piattaforma e simili, che rientrano un semplice tutoraggio di orientamento. Sono altresì escluse le ore di tutorato didattico disciplinare, cioè la mera ripetizione di contenuti già proposti nella forma erogativa attraverso colloqui di recupero o approfondimento one-to-one.

Modalità e criteri di valutazione dell'apprendimento

La partecipazione alla didattica interattiva (DI) ha la finalità, tra le altre, di valutare lo studente durante l'apprendimento in itinere.

L'esame finale può essere sostenuto in forma scritta o in forma orale; lo studente può individuare, in autonomia, la modalità di svolgimento della prova, sempre rispettando la calendarizzazione predisposta dall'Ateneo.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula almeno tre domande.

L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test a risposta multipla con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia i quesiti in forma orale che i quesiti in forma scritta sono formulati per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di sviluppare il ragionamento utilizzando le nozioni acquisite. I quesiti che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

Criteri di misurazione dell'apprendimento e attribuzione del voto finale

Sia lo svolgimento dell'elaborato, sia la presenza attiva durante le web conference prevedono un giudizio, da parte del docente, fino a un massimo di 2 punti. Lo studente può prendere parte ad entrambe le attività ma la votazione massima raggiungibile è sempre di 2 punti.

La valutazione proveniente dallo sviluppo dell'elaborato può essere pari a 0, 1 o 2 punti.

La valutazione derivante dalle web conference è strutturata tramite lo svolgimento, al termine della stessa, di un test finale a risposta multipla che può garantire da 0 a 1 punto.

È data facoltà allo studente di partecipare o meno alla didattica interattiva.

La valutazione finale ha lo scopo di misurare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento definiti alla base dell'insegnamento. Il giudizio riguarda l'intero percorso formativo del singolo insegnamento ed è di tipo sommativo.

Il voto finale dell'esame di profitto tiene conto del punteggio che lo studente può aver ottenuto partecipando correttamente alla didattica interattiva e deriva, quindi, dalla somma delle due valutazioni. Il voto derivante dalla didattica interattiva verrà sommato al voto dell'esame se quest'ultimo sarà pari o superiore a diciotto trentesimi.

Il voto finale è espresso in trentesimi. Il voto minimo utile al superamento della prova è di diciotto trentesimi.

Ciascun test dovrà essere composto da 31 domande, così da garantire la possibilità di conseguire la lode, in ottemperanza alle norme Europee sul Diploma Supplement. L'attribuzione della lode è concessa esclusivamente allo studente che ha risposto positivamente alle prime 30 domande.

Materiale didattico utilizzato

Il materiale didattico utilizzato può riguardare:

- Videolezioni
- Dispense predisposte dal docente e/o slide del docente
- Materiali predisposti per le lezioni sincrone
- Testo di riferimento suggerito dal docente (facoltativo)

Il materiale didattico è sempre disponibile in piattaforma e consultabile dallo studente nei tempi e nelle modalità ad egli più affini.

2.4 - Modalità di verifica dell'apprendimento

Il CdS ha definito le modalità di svolgimento delle verifiche intermedie e finali trasparenti e note agli studenti.

Verifiche di profitto

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale.

- L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande e nel caso di insegnamenti logici-matematici fa comunque svolgere degli esercizi.
- L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze, e-tivity report, studio di casi elaborati) proposti dal docente o dal tutor.

L'esame di profitto tiene altresì conto, sommandolo, del punteggio attribuito con l'elaborato nella Didattica Interattiva.

Prova finale triennale:

La prova finale di un Corso di Laurea triennale è costituita da un elaborato scritto da caricare sulla piattaforma dell'Ateneo.

L'elaborato potrà consistere in:

- un lavoro di rassegna ragionata;
- una analisi ragionata ad articoli scientifici o di un volume;
- una bibliografia ragionata su una tematica circoscritta;
- un commento di orientamenti giurisprudenziali significativi;
- un progetto di indagine in un ambito professionale;
- un resoconto con riflessioni critiche su eventi scientifici o tirocinio a cui si è partecipato;
- nella presentazione dei risultati di una raccolta dati svolta su questioni, materie, casi pratici o specifici, attinenti al programma di uno degli insegnamenti attivati nel corso di laurea;
- un caso studio;
- un caso aziendale
- un progetto start up essenziale.

L'elaborato finale definitivo deve essere sempre approvato/non approvato dal relatore. Successivamente, la prova finale sarà valutata da una Commissione di Laurea che procederà alla proclamazione in un'unica seduta pubblica.

Per la valutazione degli elaborati finali dei Corsi di Laurea triennali, i relatori provvederanno a

comunicare in piattaforma alla Commissione il giudizio sull'elaborato finale dei propri laureandi, sulla base dei seguenti elementi:

- a) approfondimento dell'analisi rispetto alla complessità dell'argomento;
- b) capacità di argomentare;
- c) chiarezza espositiva/capacità di sintesi;
- d) originalità dell'elaborato.

2.5 - Il valore aggiunto dell'E-Learning

Modalità alternative e innovative di istruzione

La Didattica Interattiva Universitas Mercatorum (oltre agli strumenti di base quali elaborati e casi di studio, web conference e forum) si è affinata negli anni sviluppando un modello produttivo multimediale inedito, denominato per l'appunto Didattica Innovativa. Tale modello sviluppa, a partire dal singolo insegnamento, con la regia e la supervisione del docente titolare del corso un vero e proprio prodotto audiovisivo multimediale ed interattivo che, con un linguaggio contemporaneo, immersivo e coinvolgente, prende la forma di TESTIMONIANZE con esperti e professionisti di chiara fama da tutto il mondo e vere e proprie CALL to ACTION da parte di aziende e professionisti ai quali vengono messi a disposizione adeguati mezzi digitali, tecnologici e multimediali per l'apprendimento a distanza (green screen, LIM, troupe per la ripresa, staff montatori professionisti e videomaker). Questo ci permette di far entrare in contatto e matchare studenti e Mondo del Lavoro oltre i confini geografici che inevitabilmente limiterebbero queste occasioni, sia per la mobilità dei professionisti, sia per la mobilità degli studenti che il nostro Ateneo iscrive in tutto il territorio nazionale e che sono rappresentati da un'alta percentuale di studenti lavoratori (con limiti temporali oltre che spaziali).

Accesso universale all'apprendimento senza limiti di spazio e di tempo

Insito al modello didattico (prendendo in analisi anche la Didattica Erogativa) il vantaggio, rispetto al modello in presenza, della flessibilità e l'abbattimento delle barriere di spazio e di tempo (si veda il nostro target di riferimento e cioè gli studenti lavoratori) che ha maggiormente valore nell'ambito delle discipline STEM, i cui sbocchi, secondo recenti indagini excelsior Unioncamere, sono caratterizzati da un fabbisogno di candidati con esperienza già maturata maggiore rispetto alle altre discipline.

Alla luce di quanto descritto, riferendoci al Corso di Laurea in Lingue per la comunicazione internazionale, non solo il modello telematico rappresenta una democratizzazione dell'accesso alla formazione, ma rappresenta uno strumento funzionale, coerente e comparativamente migliore per il target dichiarato dall'Ateneo (studenti lavoratori).

In particolare, lo studente, grazie a meeting e web conference, sarà in grado di perfezionare e approfondire le proprie competenze linguistiche, ricoprendo posizioni di responsabilità nei servizi linguistici legati alla comunicazione internazionale.

Comunità virtuali basate sull'apprendimento cooperativo e collaborativo

Un altro grande vantaggio degli strumenti a regime del modello di Didattica Interattiva è la creazione di comunità virtuali mediate (aule virtuali + forum didattici) e non mediate (forum di discussione) dal docente e/o il tutor. Questi strumenti sopperiscono all'assenza di interazione e socializzazione proprie del modello in presenza e si configurano come elemento comparativo migliorativo sul target di riferimento dell'Ateneo, con una significativa anche se non esclusiva presenza di studenti lavoratori, e in generale permettono la socializzazione di persone che non avrebbero mai potuto interagire per limiti spaziali o di tempo. Infatti, soprattutto gli strumenti mediati da docenti e tutor che stimolano gli studenti a esercitazioni o ricerche di gruppo, favoriscono l'interazione tra gli studenti azzerando le barriere spazio-temporali che li dividono. Queste interazioni possono essere coltivate autonomamente dagli studenti con lo strumento forum di discussione, che, se pur presidiato per impedirne un uso non corretto, è gestito autonomamente dagli studenti e crea ambienti di discussione e collaborazione attiva. Le attività interattive supervisionate e guidate dai docenti e dai tutor disciplinari si svolgeranno in aule virtuali e in laboratori virtuali con l'utilizzo di strumenti sincroni e applicati informatici progettati dai titolari degli insegnamenti.

Esempio di come la particolare condizione di Ateneo Telematico favorirà (e già favorisce a vantaggio di altri corsi già attivati) l'attivazione delle attività di Didattica Innovativa sopra descritte sono le collaborazioni in essere con *Infocamere* e con il **Centro Studi G. Tagliacarne di Unioncamere** che metteranno a disposizione il loro know-how e i loro database per attività di simulazione, di apprendimento cooperativo e testimonianze. Tali partnership attivate e tali esperienze e contributi avrebbero potuto essere appannaggio di pochi, ma le peculiarità del modello e-learning e del modello didattico sviluppato da Mercatorum saranno in questo caso valore aggiunto a queste partnership cui potranno usufruire studenti di ogni provenienza geografica e con una flessibilità in termini di tempi decisamente più inclusiva.

3 - L'ESPERIENZA DELLO STUDENTE

3.1 - Orientamento, tutorato e accompagnamento al lavoro

Orientamento in ingresso

Questo servizio è organizzato e integrato tra le funzioni svolte dall'Ateneo; il CdS è direttamente coinvolto nell'ambito del servizio. L'Ateneo e il CdS svolgono attività di orientamento in ingresso rivolto agli studenti di scuola secondaria superiore al fine di stimolarne scelte consapevoli per un proprio processo formativo e a favorirne il passaggio all'Università.

Per quanto concerne lo studente adulto, già inserito nell'attività lavorativa, l'orientamento e la formazione si dispiegano nelle forme proprie del life long learning, ossia quel percorso di apprendimento permanente teso ad aggiornare costantemente il bagaglio culturale e professionale dell'individuo, giacché la società globalizzata e l'introduzione sempre più frequente di innovazioni spingono il potenziale utente e quasi lo obbligano a tenersi al passo con il cambiamento.

Le attività offerte consistono in:

- incontri in Ateneo che prevedano un tour virtuale attraverso la piattaforma e-learning, spiegazioni differenziate delle offerte formative, a seconda degli interessi e delle competenze in entrata;
- valutazione delle competenze in entrata e questionario di autovalutazione “conosci te stesso”, disponibili in piattaforma o in presenza, al fine di comprendere predisposizioni naturali, interessi e aspetti della personalità dei futuri discenti;
- eventuali corsi di formazione gratuiti sulle tecniche di apprendimento per gli studenti, a partire dalla valutazione delle competenze in entrata;
- incontri in loco per presentare l'offerta formativa nei quali gli studenti avranno la possibilità di chiarire i loro quesiti attraverso l'incontro con tutor ed orientatori; “lezioni prova” per le aspiranti matricole che potranno utilizzare la piattaforma online per acquisire competenze nella gestione dell'apprendimento in rete.

Significativa è l'attività con le scuole che prevede:

- ❖ Erogazione di informazioni a differenti livelli di sintesi sull'offerta formativa. Orientamento e assistenza ex ante, in itinere ed ex post. Contatto diretto con docenti, tutor e personale specializzato.
- ❖ Un learning environment, altamente personalizzabile, atto ad arricchire e a promuovere le singole esigenze dei discenti, con servizi di comunicazione sincrona e asincrona.
- ❖ Opportunità di interazione tra discenti per promuovere una comunicazione individualizzata, condividere materiali, favorire iniziative, divulgare avvisi, risolvere problemi, eccetera.
- ❖ La riorganizzazione e il potenziamento delle azioni che pongono al centro lo studente mediante monitoraggio della carriera, definizione e integrazione dei saperi in entrata, attività di tutorato.

I Comitati di Indirizzo hanno pianificato iniziative di orientamento, come Summer School per i neodiplomati, che mirano a favorire la consapevolezza dei discenti in ambito formativo. La proposta delle iniziative di orientamento del CdS è stata condivisa con tutti gli attori della progettazione del corso al fine di predisporre attività mirate e in linea con i profili culturali del CdS, inoltre è stato predisposto un piano di monitoraggio e feedback che prevede un riesame annuale di ciascuna attività.

Orientamento in itinere

Questo servizio è organizzato e integrato tra le funzioni svolte dall'Ateneo; il CdS è direttamente coinvolto nell'ambito del servizio. Le attività di orientamento in itinere offrono un insieme di servizi di guida/consulenza agli studenti durante il percorso di studi. L'orientamento in itinere viene attuato, nell'ambito del CdS, dai tutor con la supervisione del coordinatore CdS.

Il tutor ricopre un ruolo fondamentale nel processo di apprendimento on line. In questa dimensione, il tutor si occupa di assistere i discenti nel processo di formazione risolvendo eventuali criticità legate al processo di apprendimento, tramite l'inserimento in piattaforma di eventuali avvisi e modalità di studio dei singoli corsi. Trattandosi di formazione a distanza, il tutor orientatore ha il compito di supportare, guidare e motivare i discenti, i quali rischierebbero - essendo fisicamente distanti - di estraniarsi dal percorso formativo. Egli deve, altresì, orientare il discente nella fase iniziale dei collegamenti nella piattaforma tecnologica (è richiesta, quindi, una certa familiarità con gli strumenti informatici e/o social network), rispondere ai suoi quesiti, fornire indicazioni sui materiali didattici da utilizzare e/o di approfondimento nonché sulle modalità degli esami. D'altra parte, la funzione del tutor è quella di raccordo tra il docente e gli studenti: in tale ottica, il tutor raccoglie eventuali istanze da parte degli studenti su problematiche inerenti alla fruizione dei materiali in piattaforma e su eventuali divergenze tra materiale studiato in piattaforma e quanto richiesto in sede d'esame.

Tutta l'attività del tutor è coordinata a monte da un docente, delegato alla didattica dall'Università, che supporta il tutor stesso nella sua attività di orientamento e assistenza agli studenti. Ciò al fine di migliorare gli standard di qualità e la gestione di tutta l'informazione presente in piattaforma.

In sintesi, l'attività di orientamento e di affiancamento del tutor è finalizzata a:

- a) garantire allo studente la qualità della didattica;
- b) fornire una formazione culturale aggiornata ed una preparazione professionale consona alle esigenze poste dalla società e dal mondo del lavoro;
- c) far emergere le peculiari attitudini dello studente onde svilupparne la creatività e le competenze necessarie all'ingresso nel mondo del lavoro e alla riqualificazione professionale;
- d) assicurare la sostenibilità, da parte dello studente, del carico complessivo dell'attività programmata per ciascun periodo didattico e dei relativi ritmi di lavoro; rimuovere le particolari difficoltà incontrate dagli studenti nella prima fase degli studi universitari;
- e) favorire lo sviluppo cognitivo, facendo ricorso prevalentemente a modalità di apprendimento aperto e autonomo idonee alla formazione professionale, anche continua e permanente, degli utenti, nella fattispecie degli utenti/lavoratori e di utenti diversamente abili.

Infine, l'attività del tutor si esplica non solo nella fase di gestione della didattica erogativa ma anche nel raccordo tra docente e studente in fase di fruizione della didattica interattiva, rispetto a delle scadenze didattiche (consegna degli elaborati previsti, partecipazione alle web conference, ricevimenti on line, etc.).

Per raggiungere gli obiettivi di cui sopra, l'orientatore trasferisce ai discenti un vero e proprio metodo di studio con l'obiettivo di pervenire ad uno standard di apprendimento più robusto ed efficace.

Le attività di tutoraggio on-line si svolgono mediante:

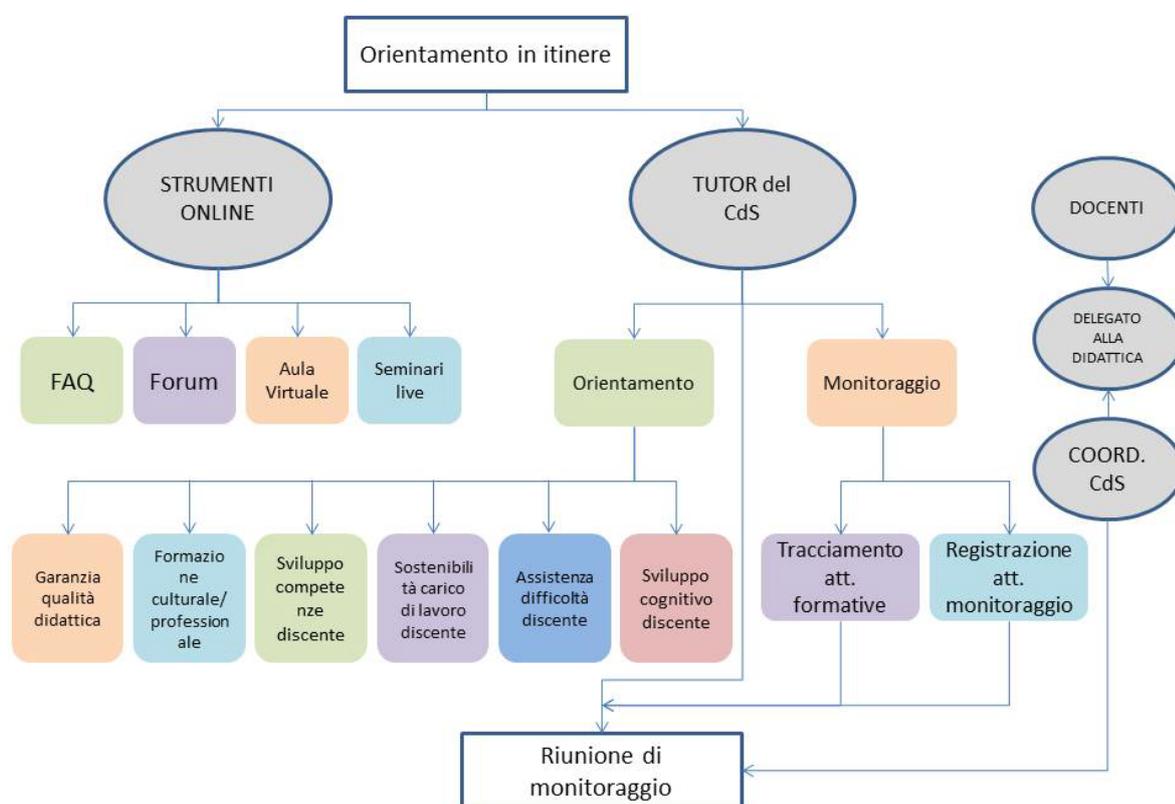
- a) monitoraggio del sistema di tracciamento automatico delle attività formative;

b) registrazione delle attività di monitoraggio didattico e tecnico (quantità e qualità delle interazioni rispetto alle scadenze didattiche).

I relativi dati sono resi disponibili al docente e allo studente per le attività di valutazione e di autovalutazione.

L'orientamento avviene in forma interattiva come guida/consulenza, coordinamento dell'andamento complessivo della classe e coordinamento del gruppo di studenti. Tali attività utilizzano i diversi strumenti di interazione disponibili (sistema di FAQ, forum, incontri virtuali, seminari live di approfondimento). Il Tutor per la didattica on-line ricorre a test online periodici e ad interrogazioni virtuali sincrone e asincrone con modalità interattiva attraverso un sistema di aula virtuale.

Su base trimestrale il Coordinatore del CdS promuove una riunione di monitoraggio con l'obiettivo di pianificare le azioni correttive.



Orientamento al lavoro

Il servizio di Job Placement dell'Universitas Mercatorum è stato istituito con la primaria finalità di sviluppare e potenziare la collaborazione tra Università e mondo produttivo, nonché l'attivazione di nuovi strumenti di aggregazione per raccogliere stimoli dalle imprese e dagli enti interessati a cooperare con l'Ateneo nell'individuazione e nel perseguimento di attività comuni. Il servizio di Job Placement dell'Universitas Mercatorum:

❖ PROMUOVE	➔	un dialogo costante tra Università- Imprese
❖ SVILUPPA	➔	una rete di contatti privilegiati tra l'Ateneo e le Aziende presenti su tutto il territorio internazionale
❖ SUPPORTA	➔	l'internazionalizzazione per la promozione e la tutela del "Made in Italy" di qualità
❖ REALIZZA	➔	progetti di alternanza Università- Lavoro

Il servizio di accompagnamento al lavoro ha il compito fondamentale di favorire l'inserimento nel mondo del lavoro dei laureati.

I principali obiettivi del servizio di accompagnamento al lavoro possono essere così riassunti:

- partecipazione, al fine di favorire i rapporti con il mondo del lavoro, degli studenti che stanno per conseguire o che hanno appena conseguito il titolo di studio, a seminari su come compilare un curriculum vitae, su come presentare una domanda di assunzione, su come gestire un colloquio individuale o di gruppo finalizzato all'assunzione, etc.;
- monitorare gli esiti e le prospettive occupazionali, al fine di informare gli studenti che stanno per conseguire o che hanno appena conseguito il titolo di studio sulle possibilità occupazionali;
- gestire banche dati finalizzate a favorire la conoscenza delle opportunità di lavoro e l'incrocio tra domanda e offerta e che presentino gli studenti che hanno conseguito il titolo di studio, con le loro caratteristiche e aspirazioni, al fine di favorire contatti diretti finalizzati all'assunzione;
- fornire allo studente un orientamento professionale per un efficace inserimento nel mondo del lavoro, in relazione alle proprie capacità e attitudini personali, e, in particolare, promuovere lo sviluppo delle soft skill (in particolare: la consapevolezza di sé, il senso critico, la comunicazione efficace, la capacità decisionale e il problem solving), che consentono agli studenti di operare con competenza sia sul piano individuale sia su quello sociale e professionale;
- promuovere, organizzare e gestire lo svolgimento di periodi di prova (stage) presso aziende o altri enti, in particolare presso aziende ed enti che prevedono assunzioni, per gli studenti che hanno conseguito il titolo di studio, finalizzati a favorire la reciproca conoscenza, anche ai fini di una possibile assunzione.

L'Ufficio Orientamento e Placement persegue il raggiungimento di tali obiettivi sia preparando studenti e neolaureati all'incontro con il mondo del lavoro sia promuovendo tale incontro, attraverso le iniziative e le attività riportate sul sito dell'Ateneo all'indirizzo <https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-l20-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

Da sottolineare inoltre le molteplici attività, di seguito riportate, che saranno realizzate nel 2024 con il supporto di Gi Group (Divisione Gi Edu), leader in servizi di orientamento in uscita per le Università.

ORIENTAMENTO IN USCITA

Sarà realizzato un primo percorso di Orientamento in uscita, erogato dal team di professionisti di Gi Group, composto dai seguenti moduli:

4 percorsi trasversali:

- “la mia immagine professionale”
- “la ricerca attiva del lavoro”
- “il processo di selezione”
- “lavoro e contratti”

3 percorsi verticali:

- “QiBit”
- “Engineering”
- “Office”

TEST PSICO ATTITUDINALI

I questionari psicoattitudinali sono strumenti a supporto della consapevolezza, per un orientamento più efficace, erogati individualmente. Si tratta di test sviluppati da Thomas International, di cui Gi Group è distributore, formatore e certificatore esclusivo per l'Italia dal 2019.

Gi Group erogherà e restituirà agli studenti, tramite proprio personale qualificato, n° 100 Test Thomas PPA, questionario di valutazione comportamentale che esplora reazioni, comportamenti, stile comunicativo della persona e suggerisce il contesto lavorativo e il ruolo più adatto alle caratteristiche personali che vengono evidenziate.

Il test avrà una durata complessiva di 2 ore, comprensive delle fasi di erogazione e restituzione.

TESTIMONIALS

Gi Group metterà a disposizione dell'Università 2 testimonianze aziendali sul mondo del lavoro, da erogarsi on line. I testimonials verranno scelti di comune accordo tra Gi Group e l'Università, sulla base delle disponibilità dei testimonials stessi.

PLACEMENT

Gi Group invierà all'Università annunci relativi ad opportunità di lavoro e/o tirocini extracurricolari presso aziende clienti di Gi Group, a beneficio degli studenti iscritti presso l'Università, nel rispetto della vigente normativa in materia lavoristica, civile e regolatoria, Annunci di cui ha già vagliato la regolarità, ai sensi di legge.

L'impegno dell'Università nei servizi di Placement a favore dei propri studenti si sostanzierà nel corso dell'A.A. 2024/25 anche attraverso le seguenti attività:

- Previsione di un “modulo disabilità” all’interno del portale Jobiri già integrato nella versione base nella piattaforma d’Ateneo;
- Strutturazione del Servizio Career Service;
- Organizzazione di Career Day on line e fisici.

Caratteristiche del tutorato

L’utilizzo di tecnologie informatiche e la distanza spazio - temporale, caratteristica peculiare dei percorsi di laurea proposti dall’Università telematica, impone che lo Studente sia opportunamente affiancato da figure specialistiche in grado di supportarlo con continuità sugli aspetti contenutistici e metodologico - didattici, e di aiutarlo nella risoluzione di eventuali problemi di natura tecnologica che possono insorgere.

Universitas Mercatorum fin dalla propria istituzione ha prestato notevole attenzione alla funzione di tutorato: lo testimonia il Regolamento Didattico vigente di Universitas Mercatorum disciplina all’art. 29 il tutorato.

Art. 29 - Tutorato

1. Il tutor è un esperto dotato di specifiche competenze inerenti alla gestione della didattica on-line. Egli guida ed offre supporto allo studente o al gruppo di studenti impegnati in un corso a distanza, assicurando la migliore e più proficua comprensione dei contenuti formativi. Svolge attività di coordinamento e raccordo tra le istanze degli studenti ed i docenti. I requisiti di ingresso preferenziali dei tutor sono i seguenti:

- Laurea in discipline coerenti con la materia oggetto di tutoraggio e/o nell’ambito di erogazione di attività formative a distanza
- Esperienza documentata di studio e ricerca almeno biennale nelle materie di indagine
- Esperienza documentata con Università (assegni di ricerca, borse di tutorato e simili)
- Saranno considerati titoli preferenziali la collaborazione strutturata con enti di ricerca e Università nonché il numero di eventuali pubblicazioni all’attivo

2. Il tutor svolge inoltre supporto tecnico alla docenza nel monitoraggio dell’andamento complessivo della classe e nella verifica periodica dell’avanzamento del gruppo al fine di eliminare eventuali criticità o profili problematici attraverso l’adozione di adeguati correttivi. Il monitoraggio e la verifica si realizzano attraverso forme di valutazione o autovalutazione.

Alla luce delle evoluzioni tecnologiche e normative si individuano le funzioni connesse alle differenti tipologie di tutor che l’Ateneo deve attivare, per ciascun Corso di Studi:

- **Tutor del Corso di Studi**
- **Tutor disciplinari**
- **Tutor Tecnologico**

Ogni tutor deve espletare specifiche funzioni, descritte di seguito nel dettaglio.

Tutor del Corso di Studi

Coordina le attività del corso di laurea supervisionando il percorso formativo e confrontandosi costantemente con i vari attori dell’azione formativa: docenti, tutor d’area e allievi. Monitora

L'attività formativa in tutte le sue fasi (sia didattiche che organizzative) al fine di garantire la qualità del corso.

Attraverso l'utilizzo delle funzionalità messe a disposizione dalla piattaforma il Tutor potrà:

- dare informazioni sull'insegnamento tramite:
 - annunci
 - calendario
- comunicare con gli allievi in diverse modalità:
 - mail
 - forum
 - messaggi
 - aula virtuale
- predisporre le attività di studio degli allievi
- inserire/aggiornare i materiali didattici
- inserire/aggiornare link interessanti
- inserire/aggiornare test/compiti on line
- inserire/aggiornare il glossario
- modificare le informazioni degli utenti
- verificare le attività svolte dallo studente on line

I prerequisiti fondamentali che deve possedere questa figura sono:

- laurea magistrale;
- solida preparazione sulla metodologia di didattica a distanza;
- conoscenza delle peculiarità del mondo accademico;
- capacità di interazione e di team work, non solo con i docenti e gli altri tutor, ma anche con i tecnici informatici che si occupano della gestione della piattaforma;
- possesso di buone competenze relazionali e di gestione dei gruppi.

Tutor disciplinare

Differenziato per Area/materia, fa riferimento ai docenti universitari per le questioni connesse ai contenuti dei vari insegnamenti e le modalità di erogazione e apprendimento, mentre per le questioni di carattere organizzativo e, più in generale, inerenti al buon andamento del corso, si confronta con il tutor del Corso di Studio. Prerequisiti fondamentali per ricoprire questo ruolo sono:

- avere uno stretto legame con il mondo accademico;
- avere maturato esperienze di didattica frontale, preferibilmente in ambito universitario;
- possedere una formazione specifica nelle materie per le quali espleta le funzioni di tutoring on line;
- possedere il titolo di Dottore di Ricerca
- propendere alla comunicazione attraverso strumenti informatici;
- lavorare per obiettivi, con flessibilità degli orari di lavoro;
- attitudine e dimestichezza all'utilizzo delle tecnologie informatiche.

I suoi compiti principali sono:

- la predisposizione e l'aggiornamento dei sussidi didattici virtuali con il coordinamento del docente di materia;
- l'erogazione e la correzione delle esercitazioni intermedie;
- il costante monitoraggio dell'avanzamento dell'apprendimento;
- la predisposizione, congiuntamente al docente, delle opportune misure compensative nel caso di cali della motivazione o di ritardi/problemi di apprendimento;
- la collaborazione con il docente nell'erogazione nella didattica interattiva;
- il coordinamento con gli altri tutor e con i docenti nei processi di AQ;
- la collaborazione con il docente nei processi di valutazione formativa.

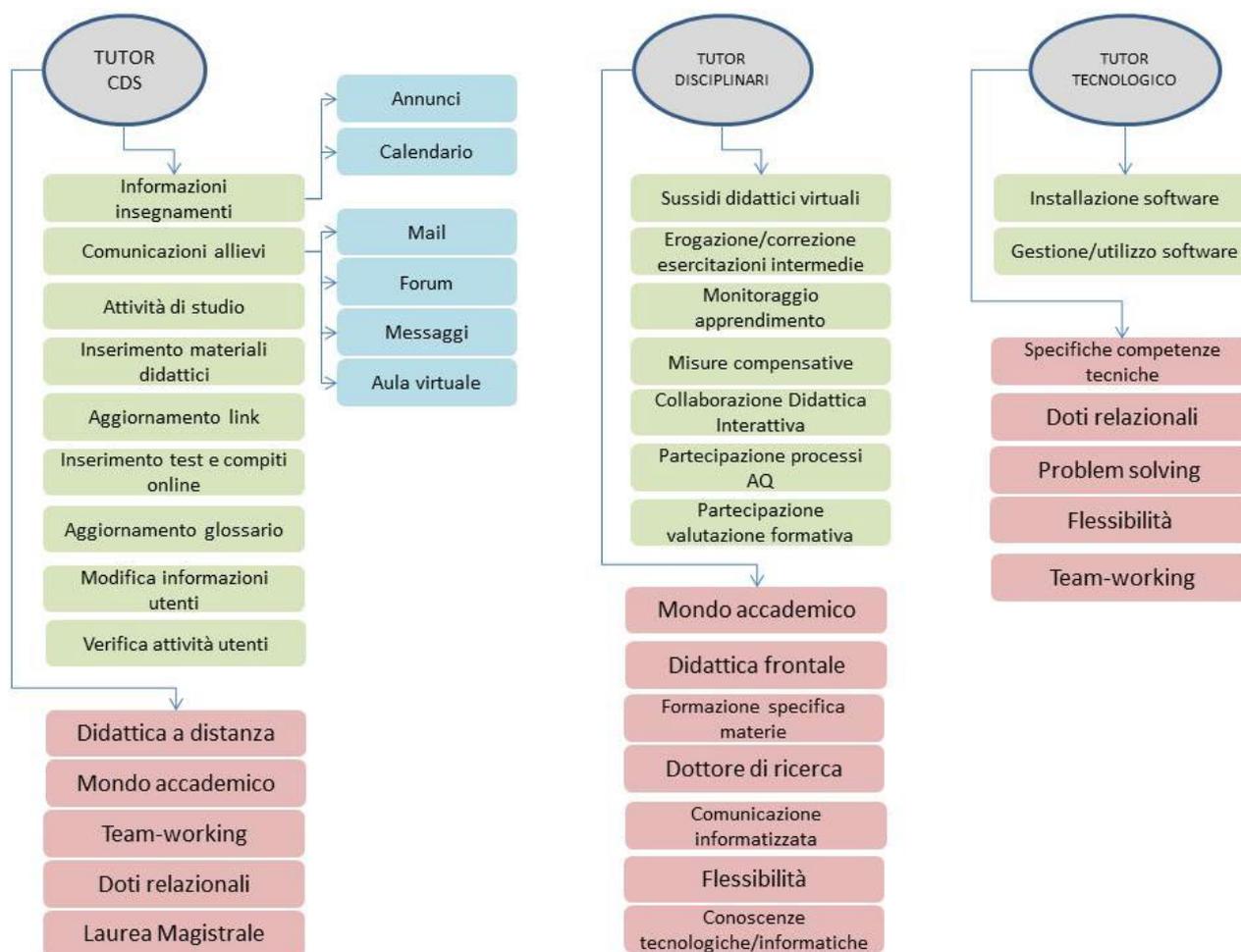
Tutor tecnologico

Deve possedere competenze specifiche in ambito informatico, sia per quanto riguarda l'installazione, la gestione e l'utilizzo di software e sistemi operativi, sia per quanto riguarda la gestione delle reti e la programmazione web.

I prerequisiti necessari per ricoprire questo ruolo sono, prevalentemente:

- possesso di specifiche competenze tecniche;
- buona predisposizione ai rapporti interpersonali;
- facilità di comprensione dei problemi posti dagli utenti;
- flessibilità nel proporre le soluzioni;
- attitudine al lavoro di gruppo.

Lo schema che segue dà conto delle funzioni e dei processi presidiati dai tutor.



Legenda

Verde: funzioni e processi

Rosso: hard e soft skills richieste

Celeste: strumenti del tutor

Le linee guida dedicate all'orientamento, al tutorato e all'accompagnamento al lavoro, regolamentano tutte le attività di sostegno allo studio e le iniziative di introduzione al mondo del lavoro, come i laboratori virtuali applicativi e il servizio di Placement (*vedi doc. Linee Guida Tutorato - Linee Guida per il recupero dei Debiti - Linee Guida Orientamento in itinere - Linee Guida Orientamento in uscita - Linee Guida Tutorato di sostegno - Linee Guida per Corsi Aggiuntivi - Sistema di Assicurazione della Qualità - Documento riassuntivo servizi per gli studenti - vedi Allegato 1*).

Il corso è arricchito da laboratori virtuali che trasmettano al discente conoscenze utili e concrete da utilizzare al momento dell'inserimento nel Mondo del Lavoro.

3.2 - Conoscenze in ingresso e recupero delle carenze

Il Regolamento requisiti di ammissione ai corsi di studio condiviso dagli attori dell'AQ di Ateneo e pubblicizzato nel sito d'Ateneo, è stato elaborato al fine di rendere gli studenti pienamente consapevoli delle conoscenze richieste per l'accesso.

Corsi di Studio Triennali: richiesta una preparazione corrispondente a quella mediamente acquisita attraverso la formazione scolastica a livello d'istruzione secondaria superiore. In particolare, lo studente deve possedere un adeguato livello di preparazione iniziale e una prova preliminare sulle seguenti aree tematiche: nelle discipline sociali (per L-20).

Per l'accesso è richiesta un'adeguata conoscenza, oltre l'italiano, della lingua inglese. La verifica della preparazione iniziale avverrà tramite un test di ammissione, secondo modalità indicate nel regolamento didattico del Corso di Studio. Agli studenti che non superano tale test, ed intendono ugualmente iscriversi, sono assegnati Obblighi Formativi Aggiuntivi (OFA) che verranno assolti con attività di recupero formativo consistenti nell'obbligo a seguire i precorsi (Corsi Zero) appositamente erogati dall'Università ed a superare i relativi test finali.

3.3 - Organizzazione di percorsi flessibili e metodologie didattiche

Le linee guida dedicate al tutorato, al sostegno e recupero debiti garantiscono la massima flessibilità, sostegno personalizzato e corsi "honors" (doc. *Linee Guida Tutorato – Linee Guida per il recupero dei Debiti – Documento riassuntivo servizi per gli studenti – Linee Guida Tutorato di sostegno – Linee Guida per Corsi Aggiuntivi – Documentazione di Trattamento delle non conformità e delle azioni correttive*, vedi Allegato 1).

Le Politiche di AQ prevedono che le parti che abbiano un'istanza o input di implementazione di Corsi o Iniziative, compilino e portino all'attenzione del Senato Accademico una Scheda di Proposta.

La piattaforma e-learning favorisce l'accessibilità agli studenti diversamente abili tramite apposite funzioni e strumenti atti a supportare la loro formazione.

Inoltre, l'Ateneo si è dotato di uno strumento per monitorare il recupero dei debiti: si tratta di una apposita Checklist che viene quindi trasmessa dal *Tutor del CdS al Delegato alla Didattica* che tratterà i soli casi di Problemi di studio nel CdS, agendo come segue:

Colloquio diretto con il discente (telefonico, web conference o in presenza)

Redazione di un *Programma di Studio* di un singolo insegnamento messo a punto ad hoc per lo studente che sarà definito *Insegnamento Pilota* e trasferirà allo stesso studente un *Metodo di Studio* applicabile all'intero percorso di studio.

Studenti diversamente abili

Nell'erogare i propri servizi, l'Università Telematica "Universitas Mercatorum" dedica particolare attenzione a garantire facilità di accesso da parte degli studenti diversamente abili. L'Art. 23 della Carta dei Servizi stabilisce quanto segue:

L'Università Telematica "Universitas Mercatorum", nel rispetto del diritto di accesso allo studio, garantisce la fruizione dei servizi formativi erogati agli studenti diversamente abili conformemente alle "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici", descritte nella Legge n°4 del 9 Gennaio 2004, e al Decreto Ministeriale 8 luglio 2005 – "Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici", che definisce le linee guida recanti i requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità.

La formazione a distanza, per la particolarità del modello formativo (assenza di obblighi di presenza in sede, supporti didattici in formato elettronico, supporto da parte dei docenti e dei tutor attraverso telefono/fax/e-mail, possibilità di espletare tutte le pratiche burocratiche a distanza, possibilità di sostenere le prove di verifica in itinere in remoto) offre un'opportunità di estrema rilevanza per gli studenti diversamente abili, proprio per l'assenza di vincoli spaziali e temporali e per la possibilità di fare ricorso all'utilizzo delle nuove tecnologie per la fruizione dei servizi didattici.

Offre, inoltre, un servizio di individuazione ed acquisizione degli ausili informatici (hardware e software) che agevolano lo studente diversamente abile nell'uso del computer, allo scopo di potenziare la comunicazione, in situazioni di difficoltà verbale, visiva e grafo-motorio. In questo ambito, l'Università segue le linee guida del World Wide Web Consortium (W3C) e la loro adozione in Italia, con riferimento, nello specifico del quadro legislativo italiano, all'attività dell'Autorità e della Presidenza del Consiglio dei Ministri (membro del W3C).

Nel momento in cui lo studente diversamente abile si immatricola può richiedere un servizio di Tutoraggio Specializzato che sarà attivato entro 30 giorni dalla richiesta (si intende per tanto che il servizio sarà on demand).

Il suddetto servizio di Tutoraggio Specializzato verrà espletato tramite associazioni di volontariato specializzate nella disabilità specifica dello studente.

Esiste, ed è accessibile a qualsiasi utente ne presenti bisogno, una versione ridotta della piattaforma di elearning pienamente conforme agli standard di accessibilità WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.0. Lo scopo, in fase di realizzazione, è stato quello di creare una piattaforma che permettesse la piena fruibilità di contenuti didattici anche alle persone disabili. Nella realizzazione di questa piattaforma si è avuto cura di revisionare la piattaforma di partenza per assicurare il pieno rispetto dei 12 punti di attenzione segnalati dall'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti, Onlus, e le 16 avvertenze fornite dalla medesima organizzazione. In buona sostanza si è trattato di allestire la piattaforma in maniera da renderla compatibile con uno screen reader di buona fattura come potrebbe essere il NVDA. Per i sordi, preso atto dell'attuale livello di sviluppo delle tecnologie, Universitas Mercatorum adotta come propria risorsa, non già gli apparati della stenotipia, bensì la sottotitolazione mediante software automatico eventualmente assistito da rispeakeraggio. Come ulteriore elemento di miglioramento per le videolezioni, è presente la possibilità di scaricare l'audio di ogni lezione in formato mp3, fruibile quindi anche in modalità offline. Gli stessi accorgimenti della piattaforma accessibile sono presenti sul sito Internet dell'Università.

Corsi aggiuntivi

Gli studenti particolarmente dediti possono chiedere al CdS di:

- seguire corsi aggiuntivi su temi trasversali o di interesse
- seguire seminari di altri CdS
- partecipare a ricerche e lavori di Ateneo sotto la guida di un docente

3.4 - Internazionalizzazione della didattica

Universitas Mercatorum ha ricevuto dalla Commissione Europea il riconoscimento della Erasmus Charter for Higher Education (ECHE), che permette all'Università di partecipare a tutte le attività di cooperazione e mobilità europea e internazionale nell'ambito del nuovo Programma Erasmus+ per l'istruzione e formazione 2021/2027, consolidando i diversi progetti finora realizzati in ambito internazionale e intraprendendo nuove azioni di internazionalizzazione. La partecipazione ai programmi di mobilità Erasmus+ rappresenta un'ottima possibilità ed un significativo incentivo per gli studenti e neolaureati, non solo al fine di migliorare il proprio percorso di studio e di apprendimento e rafforzare il grado di occupabilità e le prospettive di carriera, ma anche al fine di aumentare la partecipazione più attiva alla società nonché migliorare la consapevolezza del progetto europeo e dei valori dell'UE. L'Ateneo ha aderito all'iniziativa della Commissione europea "Erasmus Without Paper", realizzando attraverso la piattaforma EWP Dashboard numerosi Inter-Institutional Agreements e Online Learning Agreements. Universitas Mercatorum si è impegnata inoltre a partecipare con successo ai Blended Intensive Programmes, rivolti agli studenti ed al personale docente. I Blended Intensive Programme (BIP) sono stati organizzati dall'Universidad de León (ULE), nell'ambito del seguente programma: "Marco normativo europeo de la prevención de riesgos laborales: una experiencia innovadora probando EPIS en LEÓN". Gli studenti ed i docenti hanno dunque partecipato ad una mobilità virtuale e fisica, la quale ha previsto l'apprendimento delle principali tecniche di prevenzione dei rischi professionali utilizzate nelle aziende, sulla base del quadro normativo dell'Unione Europea. La nostra strategia di abbinare la mobilità degli studenti e del personale docente nell'esperienza Blended Intensive Programme (BIP). Il successo di questa prima iniziativa ha indotto l'Ateneo a realizzare altre esperienze BIP sia in Leon sia in Lisbona, programmando altresì di realizzarne una a Roma nel prossimo anno. A tal fine, è stato richiesto e ottenuto un apposito finanziamento. Per quanto riguarda il personale docente e amministrativo, Erasmus+ rappresenta una straordinaria opportunità per rafforzare le proprie competenze, accrescere la capacità di determinare cambiamenti in termini di modernizzazione e apertura internazionale all'interno dell'Ateneo, nonché migliorare la qualità del lavoro e delle attività a favore degli studenti.

In questa prospettiva, Universitas Mercatorum si prefigge di promuovere la partecipazione degli studenti, dei docenti e dello staff ai programmi di mobilità Erasmus+ e di sostenere fortemente il coinvolgimento di docenti e ricercatori stranieri nello svolgimento dei programmi di studio. A tal fine è stato somministrato al personale docente in una prima fase un apposito questionario volto a conoscere la propensione dello stesso all'internazionalizzazione e le sedi preferite, sia all'interno della UE sia extra UE (vedi infra). Inoltre, è stato realizzato un apposito webinar per illustrare e

promuovere le diverse forme di mobilità Erasmus per docenti, staff e studenti. Sul fronte dei programmi di mobilità per tirocinio, la rete delle Camere di Commercio fornirà grande supporto all'azione di coinvolgimento delle aziende presenti sul territorio. Quest'obiettivo è particolarmente sentito da Universitas Mercatorum, che nel tempo ha avviato numerose e proficue collaborazioni con il mondo imprenditoriale, al fine di colmare il divario tra ricerca e realtà imprenditoriale e sostenere l'innovazione nelle PMI. A seguito del rilascio della Carta Erasmus+, l'Ateneo ha avviato l'organizzazione delle strutture di supporto scientifico e amministrativo alle varie attività correlate all'avvio e al funzionamento dei programmi di mobilità individuale Erasmus+.

Le strutture di riferimento sono:

- l'Ufficio Erasmus, cui è affidata:

- la gestione degli aspetti amministrativi inerenti alle attività di mobilità (es. richiesta di sovvenzione comunitaria per la mobilità di studenti e personale, procedura di riconoscimento crediti, stipula dell'accordo finanziario con lo studente, richiesta delle licenze per l'Online Linguistic Support e assegnazione delle licenze agli studenti, ecc.);
- le attività di supporto ai docenti interessati a partecipare ad una call nell'ambito del programma Erasmus+ o di altri programmi nazionali e internazionali, finalizzati all'erogazione di fondi per l'attuazione di progetti di cooperazione, e l'assistenza amministrativa nella fase di realizzazione dei progetti;

- la Segreteria Studenti, cui è affidata:

- l'assistenza degli studenti che partecipano ai programmi di mobilità per l'espletamento delle incombenze burocratiche nella fase antecedente, durante e successiva alla permanenza all'estero, anche attraverso indicazioni pratiche per l'alloggio, la mensa, corsi di italiano, accesso a biblioteche e iniziative culturali offerte dalla città ecc.

Sul piano operativo, la Commissione per le Relazioni internazionali, costituita a marzo 2015, sta attualmente curando, anche attraverso la valorizzazione di rapporti di collaborazione già avviati dai docenti dell'Ateneo con atenei stranieri, le attività preliminari alla stipula delle convenzioni con altri atenei europei. Inoltre, con la creazione dei Dipartimenti universitari, ogni Direttore ha nominato un proprio referente per l'Internazionalizzazione e l'Erasmus per adattare i diversi programmi alle specificità dei singoli Dipartimenti.

Per incentivare e favorire il processo di digitalizzazione, l'Ateneo ha aderito al servizio eduID.it.

A partire dall'anno accademico 2016/2017, il Progetto Erasmus+ ha permesso ad Universitas Mercatorum di implementare la mobilità degli studenti, del personale docente e dello staff amministrativo nel contesto dell'Azione Chiave 103 favorendo l'internazionalizzazione.

In accordo con gli obiettivi generali del Programma Erasmus+, l'Ateneo ha promosso e incentivato la mobilità di studenti e staff docente e amministrativo al fine di:

- contribuire al processo di internazionalizzazione e modernizzazione dell'Ateneo;
- promuovere la cooperazione multiculturale, sia da punto di vista qualitativo che quantitativo;
- ampliare gli orizzonti didattici e formativi degli studenti;
- fornire agli studenti di avere accesso ad una formazione culturale di alto livello;

- offrire agli studenti migliori opportunità di lavoro;
- rafforzare la preparazione del personale docente e non docente;
- aprire nuove strade professionali sia per gli studenti laureati che per il personale docente e non docente;
- favorire lo sviluppo di nuove pratiche educative

L'Ateneo ha stipulato un totale di n. 36 accordi interistituzionali riportati di seguito nella tabella:

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Data convenzione
1	Lituania	<i>Vilniaus Universitetas</i>	21/11/2023
2	Lituania	<i>Klaipėdos valstybinė koelgija</i>	04/06/2024
3	Montenegro	<i>Univerzitet Mediteran Podgorica</i>	14/09/2023
4	Romania	<i>Universita' Ovidius di Costanza</i>	15/07/2022
5	Romania	<i>UNIVERSITATEA PETROL - GAZE DIN PLOIESTI</i>	29/08/2024
6	Romania	<i>UNIVERSITATEA NATIONALA DE STIINTASI TEHNOLOGIE POLITEHNICA BUCURESTI</i>	26/3/2025
7	Senegal	<i>Universite' Cheikh Anta Diop de Dakar</i>	22/11/2023
8	Spagna	<i>Universidad a distancia de Madrid</i>	15/07/2022
9	Spagna	<i>Universidad de Granada</i>	09/11/2021
10	Spagna	<i>Unioersidad de La Laguna</i>	05/04/2023
11	Spagna	<i>Universidad de Salamanca</i>	20/09/2023
12	Spagna	<i>Universidad de Valencia</i>	07/03/2023
13	Spagna	<i>Universidade de Vigo</i>	20/09/2023
14	Spagna	<i>Universita' del Valladolid</i>	20/12/2022
15	Spagna	<i>Università di Leon</i>	24/06/2022
16	Spagna	<i>UNIVERSIDAD DE CANTABRIA</i>	27/08/2024
17	Ungheria	<i>University of Gyor</i>	01/08/2022

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Data convenzione
18	Portogallo	<i>Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa (ISCSP)</i>	17/04/2024
19	Portogallo	<i>Iscte-Instituto Universitário de Lisboa</i>	24/10/2024
20	Portogallo	<i>UNIVERSIDADE DE LISBOA</i>	29/08/2024
21	Portogallo	<i>Instituto Politecnico Do Porto</i>	14/06/2023
22	Portogallo	<i>Universidade Aberta</i>	14/07/2022
23	Francia	<i>Université de Lorraine</i>	25/04/2024
24	Repubblica Ceca	<i>UNIVERZITA OBRANY</i>	29/08/2024
25	Albania	<i>UNIVERSITETI ALEKSANDER MOISIU DURRES</i>	30/08/2024
26	Georgia	<i>ST. Andrews Georgian University - (SANGU)</i>	29/10/2024
27	Madagascar	<i>Université d'Antsiranana</i>	07/11/2024
28	Madagascar	<i>Université de Mahajanga</i>	26/11/2024
29	Armenia	<i>Armenian State University of Economics (ASUE)</i>	07/11/2024
30	Cina	<i>Shangai University of political science and law</i>	7/11/2024
31	Cambogia	<i>National University of Battambang</i>	26/11/2024
32	Cambogia	<i>National University of Chea Sim Kamchaymear</i>	26/11/2024
33	Ucraina	<i>V.N.Karazin Kharkiv National University</i>	29/10/2024
34	Ucraina	<i>National Technical University - "Kharkiv Polytechnic Institute"</i>	07/11/2024
35	Ucraina	<i>Dnipro university of technology - Ucraina</i>	26/11/2024
36	Turchia	<i>Kadir Has Üniversitesi</i>	10/01/2025

3.5 - Le attività di Didattica Interattiva specifiche per il CdS

Sono stati predisposti in piattaforma e-learning i seguenti strumenti:

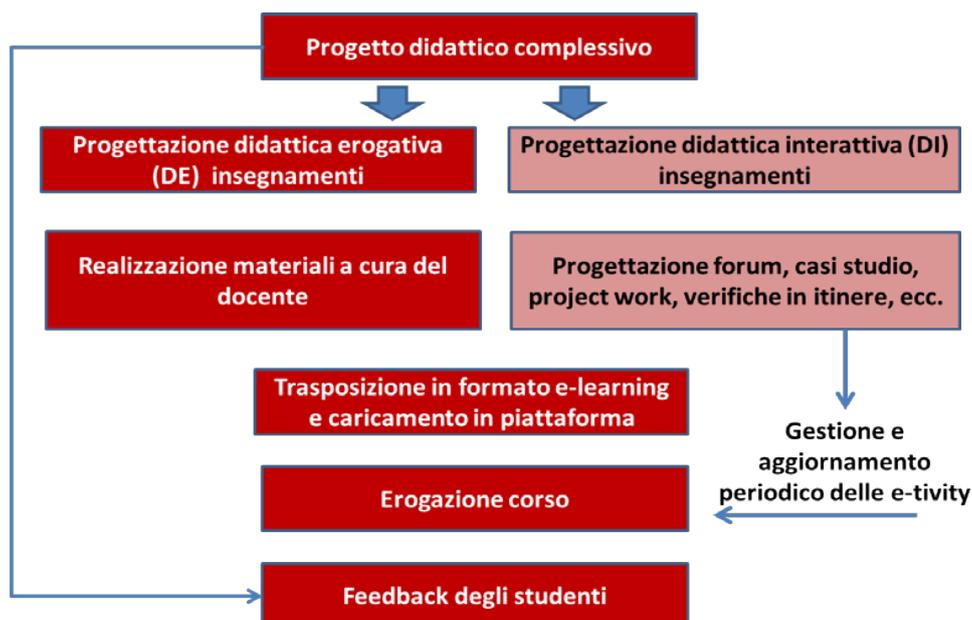
- 1.INSERIMENTO E CORREZIONE ELABORATI
- 2.WEB-CONFERENCE TEMATICHE E DI PRESENTAZIONE CASI DI STUDIO, DESK E SEMINARI DI APPROFONDIMENTO
- 3.CASI DI STUDIO REALIZZATI CON IL COINVOLGIMENTO DIRETTO DI AZIENDE ED ENTI

Il monitoraggio dell'attività svolta dallo studente è garantito dalla tracciabilità in piattaforma delle attività svolte dagli studenti. Accanto a queste attività, il docente, in piena coerenza con gli obiettivi di apprendimento del corso, può scegliere di introdurre ulteriori strumenti di DI, quali ad esempio:

ATTIVITÀ	PROGETTAZIONE DEI CONTENUTI
FAQ	Preparazione di FAQ
WEB-FORUM	Individuazione dei temi dei forum. A discrezione del docente nell'ambito dello svolgimento del corso.
BLOG	Blog tematici rivolti a specifiche categorie di studenti organizzati in gruppi di interesse
LABORATORI	Laboratori specifici per il CdS

La realizzazione delle attività di DI comporta un'integrazione del normale flusso di progettazione didattica che è pienamente organico con la progettazione di e- tivity ed altre attività di DI per almeno 1 ora per CFU e con la realizzazione della DE attraverso il modello della videolezione interattiva e della presentazione e correzione di elaborati.

Le attività progettate dal docente sono implementate direttamente in piattaforma con il supporto del personale tecnico e dei tutor. La partecipazione alle attività di DI da parte degli studenti è supportata infatti anche del tutor di materia. Di estrema importanza, inoltre, è il feedback degli studenti, raccolto attraverso questionari e interviste, che permette ogni anno di perfezionare l'attività didattica sia nella componente interattiva che ergativa.



Gli studenti nella fase di avvio dei corsi ricevono un'approfondita illustrazione del programma di studio, dell'articolazione adottata dal docente nella DI e DE, del ruolo dei tutor, del contenuto e delle modalità di valutazione formativa e di verifica finale e infine si segnala l'importanza del loro feedback al fine di consentire un processo di miglioramento continuo.

Per organizzare al meglio le attività di DI, l'Ateneo prevede il potenziamento della figura del Tutor Tecnologico e del Tutor Disciplinare. Tali figure supporteranno i docenti nell'organizzazione di conference e seminari, nel caricamento delle domande e monitoreranno lo stato delle attività segnalando eventuali ritardi o problemi riscontrati dagli studenti.

Inserimento e correzione elaborati

Con riferimento agli elaborati ogni docente dell'Ateneo crea in piattaforma, nella sezione "elaborati" di ogni corso, almeno una area tematica in cui possono essere caricate una o più tracce che gli studenti dovranno svolgere e ricaricare in piattaforma per la correzione da parte del docente.

Lo studente può svolgere l'elaborato prima dello svolgimento dell'esame, consegnandolo con almeno 10 gg di anticipo rispetto alla data selezionata per l'esame. La valutazione della prova deve essere disponibile in piattaforma prima della verbalizzazione dell'esame. Tale attività di didattica interattiva consente una premialità aggiuntiva al punteggio d'esame fino ad un massimo di due punti.

CASI STUDIO, ESERCIZI, PROJECT WORK E LABORATORI

ESEMPIO DI ELABORATO PER UN INSEGNAMENTO DEL CORSO DI STUDIO

▪ **DESCRIZIONE DEL PROJECT WORK**

Il Project Work (PW) rappresenta una sperimentazione attiva dei contenuti appresi durante un percorso didattico formativo. In questo lavoro di gruppo lo studente metterà in pratica i concetti teorici e gli strumenti appresi durante tutto il corso di studio dell'insegnamento di riferimento.

L'obiettivo è la simulazione di un'attività pratica per la realizzazione di un progetto concreto legato a una tematica specifica o a un'esigenza del mercato, in cui vengono applicate conoscenze e competenze tecniche e specifiche nell'ambito del Corso di Studio.

In dettaglio il PW potrà includere:

- Ricerca: Raccolta e analisi di dati, informazioni e fonti bibliografiche relative al tema del progetto.
- Pianificazione: Definizione degli obiettivi, delle attività, dei tempi e delle risorse necessarie.
- Realizzazione: Sviluppo del progetto attraverso la creazione di prodotti tangibili (es. report, presentazioni, prototipi) o l'esecuzione di attività pratiche (es. esperimenti, simulazioni).
- Valutazione: Analisi dei risultati ottenuti, confronto con gli obiettivi iniziali e stesura di una relazione finale.
- Presentazione: Illustrazione del progetto al docente e ai compagni, attraverso una presentazione orale o scritta.

Il PW di ogni gruppo di lavoro sarà oggetto di analisi e discussione nell'aula virtuale nei tempi e nelle modalità definite dal docente.

MATERIALI CARICATI

-Dati e informazioni per la simulazione

[Web-conference di presentazione casi di studio desk e seminari di approfondimento](#)

L'Ateneo ha affiancato agli elaborati che gli studenti possono sottoporre in maniera facoltativa in piattaforma e ottenere una valutazione positiva o negativa che si integra al voto finale dell'esame, una didattica interattiva che consiste nell'erogazione di una WEB-CONFERENCE al mese per ogni insegnamento.

Con riferimento alle web-conference i docenti pianificano almeno 4 web-conference ogni anno (per ogni corso) con frequenza trimestrale:

- 1) Entro il 30/09/202X
- 2) Entro il 30/12/202X

- 3) Entro il 30/03/202X
- 4) Entro il 30/06/202X

Accedendo all'apposita area riservata in piattaforma, i docenti trovano l'elenco delle videoconferenze programmate e quello delle videoconferenze terminate.

- **videoconferenze programmate:** ci si collega alla conference nel momento in cui al posto di «programmato» apparirà il tasto «partecipa». Ciò avviene qualche giorno prima della data stabilita per lo svolgimento dell'attività.
- **videoconferenze terminate:** si ha modo di visionare la registrazione e il report relativi alle conference concluse.

Gli studenti troveranno tutte le conference del proprio piano di studi che sono in corso, programmate e terminate nell'apposita sezione della piattaforma, chiamata «Didattica interattiva». Per chi non riuscisse a collegarsi con il docente nel giorno/ora stabiliti (modalità sincrona) sarà possibile fruire della conference registrata accedendo all'area «Terminate» e cliccando su «Vai alla differita». Gli studenti sono liberi di seguire più conference, se di loro interesse.

Per incentivare la presenza attiva degli studenti, chi fruisce in sincrono della conference, segue almeno il 75% della stessa e sostiene a seguire il test di 5 domande proposto dal sistema a fine conference, nel caso del 70% di risposte corrette (almeno 3 corrette) beneficia di un punto premiale sull'esame. Il punto premiale spetterà un'unica volta anche se dovesse partecipare a più conference e superare più test.

La partecipazione alle conference è tracciata e memorizzata. I contenuti audio/video delle conference vengono registrati e conservati sui Server. Le registrazioni vengono rese disponibili a docenti sotto forma di video on-demand.

Esempio di CASO STUDIO per un insegnamento del Corso di Studio

▪ DESCRIZIONE DEL CASO STUDIO

Il caso studio (CS) rappresenta un'analisi individuale o di gruppo di materiali messi a disposizione del docente riguardanti un caso reale o simile alla realtà.

In questo caso studio lo studente, dopo aver ascoltato una web conference sincrona con un autore dell'insegnamento scelto del Corso di Studio dovrà analizzare una tematica trattata da un punto di vista concettuale con riferimenti a situazioni concrete, al fine di stimolare il pensiero critico e la capacità di problem solving.

Il CS sarà oggetto di analisi e discussione nell'aula virtuale nei tempi e nelle modalità definite dal docente.

MATERIALI CARICATI:

- Presentazione dell'autore relativo all'insegnamento scelto
- Bibliografia e estratti di testi dell'autore

Casi di studio realizzati con il coinvolgimento diretto di aziende

La redazione dei Casi con il coinvolgimento di aziende segue la seguente strutturazione:

FASE I - REALIZZAZIONE DI INTERVISTE AI PLAYERS DI MERCATO

La prima fase riguarda la realizzazione da parte di Universitas Mercatorum di una serie di INTERVISTE attinenti all'evoluzione dei processi aziendali.

A titolo esemplificativo si procederà in collaborazione con alcune aziende - selezionate tra quelle destinatarie dei contributi di innovazione da parte delle Camere di Commercio- **a realizzare delle "PILLOLE TEMATICHE" O "FOCUS ON"** che attraverso una narrazione guidata da una intervista concordata ex ante permettano di far emergere gli aspetti strategici ed operativi dei business descritti.

Ogni video storia avrà durata di 25-30 minuti circa e sarà utilizzata per inquadrare il settore di riferimento, comprendere le criticità ma anche evidenziare i punti di forza e debolezza facendo immergere lo studente nella realtà di riferimento attraverso l'esperienza del manager o dell'imprenditore intervistato.

L'ateneo produrrà ogni anno un certo numero di interviste procedendo ad una graduale somministrazione agli studenti.

FASE II - STRUTTURAZIONE DEI CASI DI STUDIO

Ad ogni intervista sarà abbinato un caso di studio. Esso sarà costruito da un docente Unimerce della materia in collaborazione con il manager o imprenditore intervistato.

Il caso di studio sarà composto di 3 o 4 cartelle che descriveranno una situazione reale proponendo agli studenti delle criticità da risolvere, delle valutazioni da effettuare o delle decisioni da prendere.

Per lo svolgimento del caso lo studente dovrà utilizzare le conoscenze acquisite nell'ambito dei corsi di didattica erogativa fruiti attraverso la piattaforma di ateneo che costituiranno la base teorica per formulare risposte ponderate e corrette, ovvero per svolgere correttamente il caso di studio.

Sarà possibile lo svolgimento di lavori di gruppo fino ad un massimo di 3 studenti per gruppo. Gli studenti interagiranno con i docenti di riferimento per lo svolgimento del caso. A tale scopo potranno essere utilizzati anche gli strumenti tecnologici offerti dalla piattaforma di ateneo quali ad esempio web-forum e blog, ecc. che permettono una maggiore e più veloce interazione e agevolano l'apprendimento in situazione e lo svolgimento di attività di gruppo.

FASE III: FRUIZIONE DA PARTE DEGLI STUDENTI DI INTERVISTE E CASI

Nello svolgimento del caso lo studente (o gruppo) potrà interagire per consigli, materiali integrativi ed altre attività di indirizzo con il docente di riferimento.

Ad ogni caso di studio sarà infatti associato un docente responsabile dell'attività.

Dopo lo svolgimento il caso sarà sottoposto al docente tramite la piattaforma e da quest'ultimo valutato. Di seguito gli step:

UNIVERSITAS MERCATORUM

FASE I - REALIZZAZIONE DI
INTERVISTE AI PLAYERS DI
MERCATO

FASE II - STRUTTURAZIONE
DEI CASI DI STUDIO

STUDENTI

FASE III:
FRUIZIONE DA
PARTE DEGLI
STUDENTI DELLE
INTERVISTE

Scelta del caso di studio da
sviluppare da solo o in
gruppo



Valutazione da parte del
docente con attribuzione di
un punteggio

Valutazione competitiva
annuale di tutti i casi
presentati

Sono previste due tipologie di valutazione:

- valutazione da parte del docente con attribuzione di un punteggio;
- valutazione competitiva annuale di tutti i casi presentati.

Nel primo caso lo studente (o il gruppo) carica in piattaforma il caso di studio realizzato che verrà valutato dal docente responsabile con il rilascio di un opportuno feedback e di un punteggio finale tra 18 e 30. Tale valutazione contribuisce a fare media con il test finale dell'insegnamento. In caso di punteggio inferiore al 18 il caso dovrà essere rielaborato e sottoposto nuovamente in valutazione.

Nel secondo caso si procederà ad una valutazione competitiva tra i casi presentati durante tutto l'anno per tematica.

Il vincitore potrà passare una giornata presso l'impresa oggetto del caso.

3.6 - Altre attività di Didattica Interattiva

PROVE IN ITINERE

Le prove in itinere e le prove complessive saranno disponibili per tutti gli insegnamenti, esse dovranno garantire il massimo livello di interattività prevedendo:

- la risposta corretta;
- il rimando all'unità didattica di riferimento;
- ove possibile il link all'unità didattica di riferimento.

FAQS

Le FAQ sono pre-caricate dal docente (in un numero di almeno 5) prima dell'inizio del corso ed è data l'opportunità agli studenti di porre quesiti che saranno poi inseriti periodicamente dal tutor nelle FAQS andando ad integrarle.

Le FAQS pre-caricate dal docente riguardano i contenuti del corso su cui più di frequente sono stati richiesti chiarimenti da parte degli studenti.

I WEB-FORUM

I web-forum nascono su proposta del docente del corso che lancia un tema di dibattito svolgendo almeno settimanalmente attività di animazione del forum.

Il forum potrà riguardare:

- uno specifico tema del corso meritevole di discussione ed approfondimento con i partecipanti;
- un contributo specifico come una video-intervista;
- un evento di attualità come un articolo di giornale, una nuova norma, ecc. sui quali i partecipanti al forum sono invitati a fornire un proprio contributo di idee.

Il tutor svolge attività di moderatore.

ESEMPIO DI WEB-FORUM PER UN INSEGNAMENTO DEL CORSO DI STUDIO

TITOLO DEL FORUM: specifico in relazione all'insegnamento scelto

MATERIALI CARICATI:
Slide, Dossier

PRIMA ANIMAZIONE FORUM: Dopo aver letto i materiali caricati si richiede agli studenti di fare il punto sulle metodologie legate alle tematiche dell'insegnamento scelto presentate nei materiali proposti e alle implicazioni connesse in ambito didattico.

I LABORATORI VIRTUALI

I Laboratori virtuali sono fruibili sulla piattaforma e-learning di Ateneo e rappresentano uno degli strumenti fondamentali utili alle future figure professionali.

Nello specifico **i laboratori virtuali** permettono agli studenti di accedere alle informazioni in maniera rapida e semplice favorendo un alto grado di sviluppo delle abilità e del lavoro collaborativo di squadra, integrando le conoscenze teoriche acquisite con l'applicazione pratica, attraverso un processo di apprendimento del tipo learning by doing.

L'immersione linguistica, l'attenzione alla diversità, il lavoro in gruppo, sono solo alcune delle caratteristiche dei laboratori virtuali che permettono ai docenti di trascendere dall'insegnamento quotidiano delle tematiche legate al Corso di Studio per entrare nel pieno della ricerca del processo cognitivo di acquisizione e apprendimento didattico.

Il docente, infatti, attraverso l'apposito applicativo della piattaforma può interagire con gli studenti, condividere documenti multimediali e creare gruppi di lavoro.

4 - RISORSE DEL CDS

4.1 - Dotazione e qualificazione del personale docente

Sulla base di quanto previsto dal DM 1154/2021, sono stati indicati tutti i docenti di riferimento necessari, di cui almeno 3 professori a tempo indeterminato. Almeno il 50% dei docenti di riferimento afferisce a macrosettori corrispondenti ai SSD di base o caratterizzanti del CdS.

CORSO DI STUDIO	N. DOCENTI IN SERVIZIO AL 30 GIUGNO 2024	DOCENTI DI RIFERIMENTO	SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE
L-20 COMUNICAZIONE E MULTIMEDIALITÀ	TEMPO INDETERMINATO: 3	Prof.ssa Fragapane Stefania (PA) Prof. Granata Mattia Giuseppe (PA) Prof. Scaccia Gino (PO)	GSPS-06/A HIST-03/A GIUR-05/A

Il piano economico finanziario contenuto nel Documento di sostenibilità prevede anche ulteriori docenti a contratto per la copertura degli insegnamenti del Corso.

I docenti a contratto saranno oggetto di specifica selezione volta ad accertare non solo la qualificazione rispetto agli obiettivi didattici del corso da coprire ma anche il possibile contributo alle attività di ricerca e terza missione del corso di studi.

Formazione e aggiornamento dei docenti

I docenti e tutor sono formati sia all'inizio dell'attività, sia in itinere. Sono attivati percorsi strutturati che agiscono sui 3 ambiti: Formazione sulle tecnologie dell'e-learning, formazione/interazione sulle nuove frontiere di sviluppo, formazione sul sistema AQ.

Si prevede inoltre di organizzare dei seminari ad hoc per la selezione e trasmissione di tecniche e buone pratiche nella trasmissione di saperi su mobilità e infrastrutture sulla base di spunti suggeriti dal Comitato di Indirizzo.

MACRO-CONTENUTI	DESTINATARI					
	PQA	DOCENTI	TUTOR	PERSONALE NON DOCENTE	CPDS	STUDENTI
1. IL SISTEMA AVA (2 incontri annui) -Modalità di funzionamento -Attori e processi -Documenti e responsabilità	X	X	X	X	X	
2. LA DIDATTICA E-LEARNING (1 incontro annuo)	X	X	X	X	X	
3. AGGIORNAMENTO NORMATIVO (2 incontri annui)	X	X	X	X	X	
4. IL RUOLO DELLA COMPONENTE STUDENTESCA NEI PROCESSI AQ (1 incontro annuo)	X	X	X	X	X	X
5. LA DIDATTICA IN E-LEARNING (30 ore annue) a) Il modello didattico e docimologico b) La piattaforma di Ateneo c) La modalità di costruzione dei materiali d) La didattica interattiva e) Le e-tivity f) Le modalità di interazione g) Redazione di casi di studio con il coinvolgimento delle imprese h) Web conference e aula virtuale i) Forum j) I laboratori virtuali k) La valutazione formativa e sommativa		X	X			

4.2 - Dotazione di personale, strutture e servizi di supporto alla didattica

Riferimento dati docenza previsione assunzione

L'Ateneo e la Facoltà intendono assicurare un efficace sostegno alle attività dei CdS e dispongono, o stanno predisponendo, strutture e risorse che siano in grado di valorizzare e accompagnare con efficacia il lavoro svolto dal CdS (doc. *Sistema di assicurazione della Qualità*).

Qualificazione del personale docente e dotazione del materiale didattico per i CdS telematici

Metodologie e tecnologie sostitutive sono progettate e monitorate dal sistema AQ d'Ateneo e i docenti ed i tutor ricevono una formazione specifica, monitorata e verificata (doc. *Modello Didattico - Piano di Formazione per Docenti e Tutor - Sistema di assicurazione della Qualità* - vedi Allegato 1).

Apposite Linee Guida (doc. *Linee Guida Tutorato – Sistema di assicurazione della Qualità* – vedi Allegato 1) regolano ruoli e competenze dei tre livelli di tutor, anche a livello quantitativo e le modalità di selezione e verifica dei requisiti di selezione sono noti e definiti.

Ogni tutor deve espletare specifiche funzioni, già descritte nel paragrafo “3.1 Orientamento, tutorato e accompagnamento al lavoro”.

Tutti i prerequisiti precedentemente descritti saranno presi in considerazione durante le fasi di selezione delle risorse che dovranno ricoprire i diversi ruoli di tutoraggio.

Si ritiene, infatti, che solo un’accurata selezione delle risorse possa garantire elevati standard di qualità e di efficienza nella gestione del corso, anche in considerazione del fatto che i tutor, qualsiasi sia il ruolo ricoperto, rappresentano l’interfaccia tra gli Studenti e l’Università Telematica. È nella natura dell’Università Telematica basare il proprio servizio su una comunicazione a distanza, riducendo al minimo i momenti di presenza. Pertanto, è necessario che le modalità di comunicazione siano ineccepibili, in modo da evitare l’insorgere di incomprensioni e di insoddisfazione da parte degli utenti.

In estrema sintesi, in questo specifico caso, più che in altri, è necessario garantire un’adeguata sensibilità accademica, la disponibilità all’ascolto e il recepimento di eventuali problemi, unitamente alla rapidità nel proporre soluzioni efficaci.

A seguito dell’analisi dei prerequisiti posseduti e della motivazione espressa, verranno accuratamente verificate sia le competenze relative alla materia/e per le quali il candidato tutor si propone, sia le competenze/capacità di utilizzo degli strumenti informatici (in particolare Internet, posta elettronica, forum, chat).

Le competenze specifiche richieste per utilizzare al meglio la piattaforma dell’Università Telematica verranno trasferite per mezzo di sessioni di formazione progettate ad hoc e realizzate a cura dei tecnici che gestiscono le soluzioni tecnologiche.

Per tutta la durata del corso i tutor d’area/di materia saranno supervisionati dai docenti in collaborazione con il tutor metodologico – didattico.

Lo svolgimento consapevole del ruolo di tutor non può prescindere da una formazione particolareggiata orientata al ruolo professionale. Si indicano di seguito i requisiti minimi della formazione in ingresso e della formazione continua

FORMAZIONE IN INGRESSO

Obiettivi

La formazione in ingresso viene garantita da un corso della durata di 3 giorni che ha l’obiettivo di fare acquisire le competenze pedagogiche, tecnologiche, sociali, organizzative e di teamwork per supportare gli studenti nei percorsi formativi online. Il corso “immerge” il tutor in formazione nell’ambiente virtuale dove potrà sperimentare direttamente l’ambiente di apprendimento online all’interno di una piattaforma e-learning, osservare le tecniche di tutoraggio online modellate da e-tutor esperti e confrontarsi e riflettere sulle problematiche dell’e-tutoring.

Macroaree di Apprendimento

Familiarizzazione con l'ambiente di apprendimento, uso degli strumenti necessari al percorso didattico, introduzione agli argomenti del corso;

- La formazione online e il ruolo dell'e-tutor;
- Tipologie di corsi online;
- Competenze pedagogiche dell'e-tutor;
- Il ruolo del tutor nel sistema AVA3;
- La piattaforma di Universitas Mercatorum;
- Il ruolo del tutor nel contesto organizzativo dell'Ateneo.

Risultati di apprendimento attesi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- acquisire familiarità con le tecnologie e gli strumenti dell'e-learning per saper selezionare e gestire gli strumenti per operare in un ambiente online;
- acquisire e praticare le competenze sociali e relazionali per gestire le problematiche sociali e psicologiche dell'interazione in rete e per agevolare la costruzione e gestione di una comunità di apprendimento online;
- conoscere alcuni modelli didattici utilizzati per la formazione online;
- acquisire competenze pedagogiche di modellamento, coaching scaffolding per supportare l'apprendimento online;
- acquisire e praticare abilità organizzative, progettuali e di teamwork online necessarie nella gestione delle attività formative.

FORMAZIONE CONTINUA

Obiettivi

Aggiornare attraverso un'iniziativa di una giornata a semestre le competenze in funzione

- dello sviluppo dell'Ateneo;
- dell'implementazione di nuovi servizi in piattaforma;
- delle modifiche normative e procedurali di fonte ANVUR o ministeriale.

5 - MONITORAGGIO E REVISIONE DEL CDS

5.1 - Contributo dei docenti e degli studenti

Il sistema di AQ d'Ateneo prevede attività collegiali dedicate alla revisione dei percorsi, al coordinamento didattico tra gli insegnamenti, alla razionalizzazione degli orari, della distribuzione temporale degli esami e delle attività di supporto, così come previsto dal Sistema di Assicurazione della Qualità dell'Ateneo (Doc. Sistema di Assicurazione della Qualità - vedi Allegato 1).

Il PQA convoca una Riunione di coordinamento di inizio CdS prima dell'inizio dell'A.A. (settembre). Alla riunione sono tenuti a partecipare:

- Coordinatore del CdS
- Tutor d'Area
- Tutor del CdS
- Tutor Disciplinare
- Tutor Tecnologico
- Titolari dell'insegnamento
- Delegato alla didattica

Oggetto della riunione è l'analisi ed il confronto dei vari attori su ogni singolo Insegnamento tenendo conto e prendendo atto dei seguenti documenti o punti:

- Opinione degli studenti
- Report del Tutorato di sostegno
- Checklist del recupero debiti
- Eventuali segnalazioni del delegato alla Didattica

Da tale riunione emergeranno le linee guida che permetteranno ai Titolari degli insegnamenti e i Tutor d'area di pianificare le attività di DI (Didattica Interattiva) e DE (Didattica Erogativa) e mettere in atto eventuali migliorie.

Le Riunioni di Coordinamento del CdS si ripeteranno durante l'AA con la seguente frequenza:

1. Settembre
2. Gennaio (facoltativa)
3. Giugno

5.2 – Contributo degli interlocutori esterni

L'Ateneo prevede incontri in itinere con le parti interessate consultate in fase di programmazione, essendo stati costituiti i Comitati di Indirizzo (CI) di ogni CdS.

A livello di Corsi di Studio (CdS) il CI assume un ruolo fondamentale in fase progettuale al fine di assicurare il collegamento con il Mondo del Lavoro, valutare l'andamento dei Corsi, elaborare proposte di definizione e progettazione dell'offerta formativa e proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento, suggerire indirizzi di sviluppo, promuovere i contatti per gli stage degli studenti presso le aziende.

In sintesi, l'intervento del CI, può riguardare i seguenti aspetti:

- orientamento generale e politica di indirizzo del processo di consultazione
- potenziamento dei rapporti con le Parti Interessate (PI)
- coordinamento tra ateneo e sistema socioeconomico
- miglioramento della comunicazione dell'offerta formativa dell'ateneo
- gestione delle informazioni di ritorno da laureati e datori di lavoro
- raccolta di elenchi di aziende e gestione dei tirocini
- monitoraggio delle carriere post-universitarie
- incentivi alle attività di job Placement
- proposte di definizione e progettazione dell'offerta formativa
- proposte di definizione degli obiettivi di apprendimento
- partnership per progetti di ricerca al servizio del territorio

Data la composizione dei suddetti Comitati, sono garantiti l'aggiornamento e la revisione periodica degli aspetti culturali, scientifici e professionali di ogni profilo formativo.

Per maggiori informazioni sul Comitato di Indirizzo si rimanda a quanto indicato nel paragrafo 1.1, sezione D.

5.3 – Interventi di revisione dei percorsi formativi

Per la progettazione dei percorsi l'Ateneo tiene in adeguata considerazione sia le opinioni degli studenti che le opinioni delle imprese, oltre che le istanze di cambiamento del contesto economico e sociale.

La progettazione dei percorsi è aggiornata ogni anno in coincidenza con la compilazione della Scheda SUA secondo le apposite linee guida approvate dal Presidio Qualità ed emanate con decreto rettorale (doc. *Linee Guida per la compilazione della SUA-CdS* - vedi Allegato 1).

Annualmente i Corsi di Studio redigono un documento di "Analisi della domanda" che contiene utili indicazioni in tal senso.

Le procedure e le fasi processuali dell'aggiornamento e revisione dei CdS sono approvate dal PQA e descritte dal Sistema di assicurazione della Qualità d'Ateneo (*Doc. Sistema di assicurazione della Qualità* - vedi Allegato 1).

Descrizione del processo

Il processo di Monitoraggio, valutazione e riprogettazione coinvolge di fatto tutti gli attori del Sistema e trova compimento:

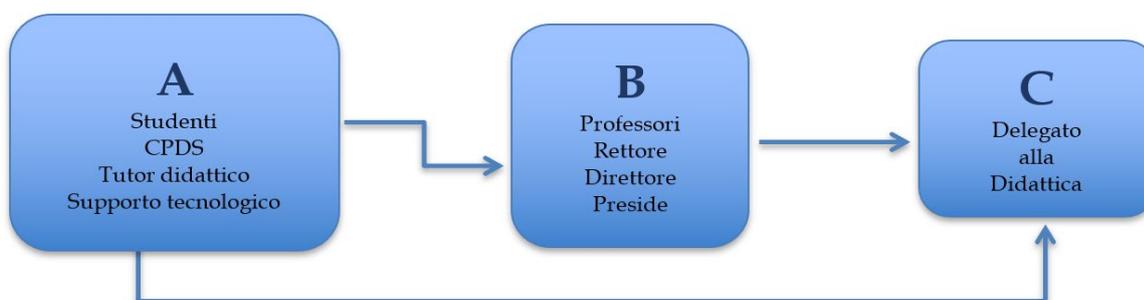
- Per i Corsi di studio:
 - nella Scheda di Monitoraggio annuale
 - nel Riesame ciclico
 - nella Relazione annuale della CPDA

- Per l'Ateneo nel Suo complesso:
 - nella Relazione del PQA
 - nella Relazione del Nucleo parte II

La gestione delle non conformità e delle azioni di miglioramento

La procedura della gestione delle criticità a livello didattica dell'ateneo prevede un approccio per processi ed il modello applicato è quello della PDCA (Plan-Do-Check_Act). La richiesta di miglioramento potrà pervenire agli attori fondamentali del processo nel seguente modo:

Schema - Flusso informativo gestione delle non conformità

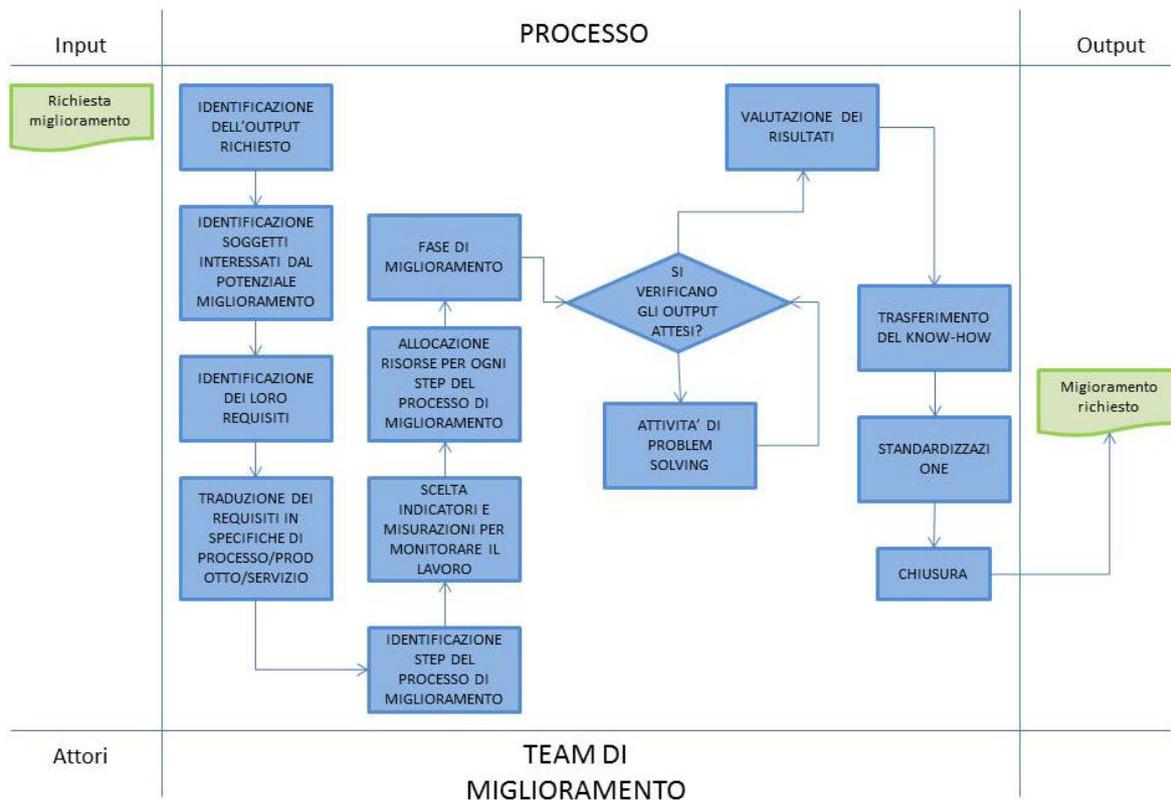


Qualsiasi soggetto che riceverà una segnalazione di non conformità avrà l'obbligo di comunicarla al **Delegato alla didattica** attraverso la mail (didattica@unimercatorum.it) che poi la categorizzerà come non conformità di interesse particolare o di interesse generale. La non conformità di interesse generale riceverà un apposito trattamento.

Il Delegato alla didattica è Attore Chiave del Trattamento delle Criticità nel Modello Didattico e seguirà gli Step procedurali descritti nello Schema con l'ausilio di un Team di Miglioramento composto da:

- Delegato alla didattica
- Docente (se pertinente)
- Tutor Didattico e/o Trasversale
- Coordinatore del CdS
- Direzione (se pertinente)

Schema - Diagramma di flusso della gestione delle non conformità



Il trattamento delle non conformità sarà verbalizzato dal **Delegato alla didattica** nella *Relazione semestrale* che trametterà al **PQA**.

Il trattamento, verbalizzato nella relazione semestrale, darà conto anche degli eventuali atti (Delibere di CdF, Modifiche di Regolamenti, Decreti di SA e DR) resesi necessari per risolvere la criticità.

ALLEGATO 1

Elenco dei documenti complessivo reso disponibile alla PEV in questa pagina

<https://www.unimercatorum.it/corso-di-studio-l20-comunicazione-e-multimedialita-2025-2026>

TITOLO DOCUMENTO	CdS
Analisi della domanda	L-20
Consultazione con le parti economiche e sociali per l'istituzione del Corso di Laurea	
Corso di studi in breve	
Descrittori di Dettaglio	
Descrizione del Percorso di Formazione e modalità di interazione prevista	
Documento di progettazione del CdS	
Parere Nucleo di Valutazione	
Piano di Studi	
Questionari di consultazione con le organizzazioni rappresentative della produzione, dei servizi, delle professioni	
Regolamento del CdS	
Verbali Comitati di Indirizzo	
Verbali Comitati Proponenti	
Checklist ANVUR Corsi di nuova istituzione 2025-2026 Universitas Mercatorum	
Biblioteca Digitale	
Carta dei Servizi	Comune a tutti i corsi
Check List di Controllo della Didattica Interattiva	Comune a tutti i corsi
Checklist di Controllo del PQA per carico didattico	Comune a tutti i corsi
Checklist di Controllo del PQA per numerosità docenti-tutor rispetto a studenti	Comune a tutti i corsi
Checklist di Controllo della Ripartizione Tipologia Didattica	Comune a tutti i corsi

TITOLO DOCUMENTO	CdS
Documentazione di Trattamento delle non conformità e delle azioni correttive	Comune a tutti i corsi
Documentazione relativa alla sostenibilità economico finanziaria e alle risorse riferite alla docenza, ivi compresa la programmazione della sostenibilità a regime di tutti i CdS dell'Ateneo	Comune a tutti i corsi
Documento riassuntivo servizi per gli studenti	Comune a tutti i corsi
Esempi di Test d'Ingresso	Comune a tutti i corsi
Infrastrutture Didattiche e Biblioteche	Comune a tutti i corsi
Linee guida Analisi della Domanda	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Coordinamento Didattico	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Diverse Abilità	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Orientamento in Ingresso	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Orientamento in itinere	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Orientamento in uscita	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per Corsi Aggiuntivi	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per il recupero dei Debiti	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per l'ammissione ai CdS	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per l'Assicurazione della Qualità dei Corsi di Studio in coerenza con l'approccio AVA 3	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per la compilazione della SUA-CdS	Comune a tutti i corsi
Linee Guida per la gestione delle segnalazioni e dei reclami	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Tutorato	Comune a tutti i corsi
Linee Guida Tutorato di sostegno	Comune a tutti i corsi
Linee Strategiche Internazionalizzazione	Comune a tutti i corsi

TITOLO DOCUMENTO	CdS
Manuale Tecnologico	Comune a tutti i corsi
Modello Didattico	Comune a tutti i corsi
Piano di Formazione per Docenti e Tutor	Comune a tutti i corsi
Piano Strategico 2024 - 2026	Comune a tutti i corsi
Politiche e Programmazione dell'Offerta Formativa	Comune a tutti i corsi
Questionario aziende per tirocini	Comune a tutti i corsi
Regolamento accesso	Comune a tutti i corsi
Regolamento Prova Finale	Comune a tutti i corsi
Sistema di Assicurazione della Qualità	Comune a tutti i corsi
Strutturazione Organizzativa di Universitas Mercatorum	Comune a tutti i corsi
Verbale e Parere CPDS	Comune a tutti i corsi
Visione e Politiche per la Qualità delle Attività Istituzionali e Gestionali	Comune a tutti i corsi