



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

PerCorso Qualità 2009-2011

Rapporto di Autovalutazione Industria culturale e comunicazione digitale

R.A.V del Corso in:	Industria culturale e comunicazione digitale
Facoltà di:	Scienze della Comunicazione (a.a. 2009-2010) Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione (a.a. 2010-2011)
Presidente del Corso:	Prof. Alberto Marinelli (Area Didattica: Media, tecnologie e giornalismo)
Sede principale del Corso:	Via Salaria 113 – 00198 ROMA
Altre Sedi del Corso	
Sito Web del Corso:	www.coris.uniroma1.it
Ordinamento 2009-2010	270
Ordinamento 2010-2011	270
Il RAV è stato redatto da:	Paolo Montesperelli, Silvia Leonzi, Guido Vitiello
Il RAV è stato inviato da:	Prof. Alberto Marinelli
in data:	23 aprile 2012
Componenti della Commissione Qualità del Corso di Studio	1. (Presidente) Paolo Montesperelli
	2. Silvia Leozi
	3. Guido Vitiello
	4. Guido Petrangeli
	5. (Studente) Paolo Correale

Area 0 – Informazioni sul Corso di studio

Denominazione del Corso di Laurea proposto	Industria culturale e comunicazione digitale
Tipologia del corso	Laurea magistrale
Classe del Corso di Laurea proposto	LM – 19
Facoltà di riferimento	Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione
Previsione dell'utenza sostenibile	100
C.A.P. e indirizzo delle sedi didattiche del Corso	Via Salaria 113 – 00198 ROMA Via Principe Amedeo, 184 (ex Caserma Sani) – 00185 Roma Corso d'Italia, 37 – 00198 Roma

Responsabile del Corso	<i>Prof. Bruno Mazzara</i>												
NOMI DEI DOCENTI DI RIFERIMENTO (sono obbligatori 3 docenti di ruolo di riferimento del corso per ogni sede, specificando la qualifica rivestita: PO, PA, RU)	<table> <thead> <tr> <th>n.</th> <th>Cognome e nome</th> <th>Qualifica</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Buonanno Emilia</td> <td>PO</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Leonzi Silvia</td> <td>PA</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Andò Romana</td> <td>RU</td> </tr> </tbody> </table>	n.	Cognome e nome	Qualifica		Buonanno Emilia	PO		Leonzi Silvia	PA		Andò Romana	RU
n.	Cognome e nome	Qualifica											
	Buonanno Emilia	PO											
	Leonzi Silvia	PA											
	Andò Romana	RU											
Tutor	<table> <thead> <tr> <th>Cognome e nome</th> <th>qualifica</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Andò Romana</td> <td>RU</td> </tr> <tr> <td>Comunello Francesca</td> <td>RU</td> </tr> </tbody> </table>	Cognome e nome	qualifica	Andò Romana	RU	Comunello Francesca	RU						
Cognome e nome	qualifica												
Andò Romana	RU												
Comunello Francesca	RU												
Breve storia del Corso	<p>Il corso di LM in Industria culturale e comunicazione digitale (così denominato a partire dal 2009-2010) rappresenta la trasformazione nell'ordinamento 270 del corso di Laurea specialistica in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo, originariamente riferito alla classe di laurea 13s (ord. 509), istituito nell'a.a. 2003-2004, ed inizialmente articolato in due curricula: 1) Comunicazione digitale e 2) Professioni dell'informazione, con la successiva aggiunta del curriculum 3) Professioni dell'audiovisivo e dello spettacolo.</p> <p>Nell'a.a. 2008-2009 i tre curricula del CdL sono stati ridenominati: 1) Comunicazione Digitale, 2) Professioni dell'Informazione e Uffici Stampa e 3) Professioni per la Radiotelevisione e lo Spettacolo. Nello stesso anno è stata avviata la transizione al nuovo ordinamento didattico previsto dal D.M. 270/2004, che ha poi portato all'istituzione di due differenti Corsi di Laurea Magistrale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione; - Industria culturale e comunicazione digitale. <p>Tale transizione è stata completata nell'a.a. 2010-2011.</p> <p>Il corso è attualmente di pertinenza del Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale, che dal 1° novembre 2010 afferisce alla Facoltà di Scienze politiche, Sociologia, Comunicazione, risultato dell'accorpamento della Facoltà di Scienze della comunicazione, al cui interno era nato il CdS in oggetto, con le Facoltà di Sociologia e di Scienze politiche.</p>												
Segreteria didattica di riferimento	<p>Via Salaria, 113 - I piano (area Presidenza) Tel. 06.49918490 Responsabile: Massimo Grieco massimo.grieco@uniroma1.it</p>												
Indirizzo internet del corso (URL)	<p><www.comunicazione.uniroma1.it> <www.comunicazione.uniroma1.it/corsodilaurea.asp?id=13></p>												

A Area A – FABBISOGNI E OBIETTIVI

Documentazione associata al Requisito A1

A1. Consultazione con le organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni

<p>Organizzazioni rappresentative del mondo della produzione, dei servizi e delle professioni consultate</p> <p>La Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza, Università di Roma, ha organizzato lunedì 4 febbraio 2008 un incontro con le parti sociali che ha visto la partecipazione di rappresentanti di TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti, UNICOM - Unione Nazionale Imprese di Comunicazione, ANG - Agenzia Nazionale Giovani, Confindustria, ODG - Ordine dei Giornalisti, SKY, RAI, Distretto dell'Audiovisivo, Dipartimento della Funzione Pubblica, AICP - Associazione Italiana Comunicazione Pubblica, Telecom, Forum Terzo Settore, Ministero delle Comunicazioni, Autorità di Garanzia per le Comunicazioni. I rappresentanti delle parti sociali, cui era stato inviato per conoscenza l'ordinamento didattico dei corsi di laurea e laurea magistrale, hanno espresso un parere favorevole nei confronti dell'offerta formativa della Facoltà e hanno approvato, dopo averlo visionato, il dettaglio degli insegnamenti relativo al corso di laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale. Nell'incontro finale della consultazione a livello di Ateneo del 19 gennaio 2009, considerati i risultati della consultazione telematica che lo ha preceduto, le organizzazioni intervenute hanno valutato favorevolmente la razionalizzazione dell'Offerta Formativa della Sapienza, orientata, oltre che ad una riduzione del numero dei corsi, alla loro diversificazione nelle classi che mostrano un'attrattività elevata e per le quali vi è una copertura di docenti più che adeguata. Inoltre, dopo aver valutato nel dettaglio l'Offerta Formativa delle Facoltà, le organizzazioni stesse hanno espresso parere favorevole all'istituzione dei singoli corsi.</p>
<p>Modalità e tempi della consultazione</p> <p>La laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale prepara una serie di figure professionali di livello avanzato idonee ad operare nei diversi comparti delle industrie culturali (editoria radiofonica e televisiva, cinema e audiovisivo, editoria elettronica e sistemi di rete a livelli diversi di mobilità), con funzioni di progettazione dei formati e strutturazione dell'offerta editoriale, gestione delle attività di comunicazione, distribuzione e marketing dei contenuti, produzione e sviluppo creativo rispetto ai diversi formati mediali. I laureati nella laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale devono possedere: una approfondita preparazione nell'ambito dei paradigmi scientifici dei media studies e degli audience studies nel più ampio contesto dell'evoluzione e della differenziazione dell'industria culturale contemporanea; una specifica conoscenza dei diversi sistemi mediali dal punto di vista dello sviluppo tecnologico, dei modelli di business, della composizione dei pubblici, delle possibilità espressive specifiche di ciascun medium; le fondamentali competenze metodologiche per progettare e gestire le analisi dei pubblici e le ricerche di mercato; le capacità preposte alla progettazione, la gestione e la valutazione di usabilità di sistemi interattivi sui diversi dispositivi terminali (pc, tv, palmari, etc.); le abilità redazionali per la scrittura di contenuti audiovisivi anche di tipo ipertestuale; le professionalità indispensabili per l'organizzazione, la gestione e il marketing delle imprese mediali. Nel primo anno vengono approfonditi gli studi sull'industria culturale e sulle audience, anche attraverso specifiche attività laboratoriali e sono proposti moduli formativi specificamente orientati all'analisi e alla progettazione di contenuti e formati destinati sia alla televisione broadcast sia alle piattaforme digitali interattive, da posizione fissa e in mobilità. Gli insegnamenti complementari puntano la loro attenzione sugli Internet Studies e sulle dimensioni economiche del mercato dei media e della pubblicità. Nel secondo anno, dal punto di vista della sperimentazione progettuale l'attenzione si concentra sul cinema e sulle piattaforme interattive on line. La formazione interdisciplinare viene arricchita con un modulo di gestione e marketing delle imprese mediali, un modulo di regolamentazione delle reti, privacy e tutela dell'opera multimediale, oltre che con insegnamenti opzionali sulle teorie della modernità, l'analisi della moda, lo sviluppo artistico e musicale contemporaneo. L'attività obbligatoria di stage e il Laboratorio di lingua inglese, anche attraverso l'acquisizione di un lessico specifico per l'ICT, completano il curriculum formativo. La percentuale di impegno relativa allo studio individuale è definita dal Regolamento didattico del corso di studio.</p>
<p>Documentazione</p> <p>I rappresentanti delle parti sociali, cui era stato inviato per conoscenza l'ordinamento didattico del corso di laurea specialistica, hanno espresso un parere favorevole nei confronti dell'offerta formativa della Facoltà e hanno</p>

approvato, dopo averlo visionato, il dettaglio degli insegnamenti relativi al corso di laurea specialistica in Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo (classe 13s) per i seguenti percorsi formativi:

Comunicazione digitale;

Professioni per la radiotelevisione e lo spettacolo;

Professioni dell'Informazione e Uffici Stampa.

Sulla base di tali percorsi formativi, a partire dall'anno accademico 2009/2010 è stato attivato il corso di laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale.

Eventuali studi di settore effettuati

Non sono stati effettuati specifici studi di settore per gli anni accademici 2009/2010, 2010/2011

Requisito per la Qualità A2 - Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

A2.1 Obiettivi formativi specifici del Corso

La laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale prepara una serie di figure professionali di livello avanzato idonee ad operare nei diversi comparti delle industrie culturali (editoria radiofonica e televisiva, cinema e audiovisivo, editoria elettronica e sistemi di rete a livelli diversi di mobilità), con funzioni di progettazione dei formati e strutturazione dell'offerta editoriale, gestione delle attività di comunicazione, distribuzione e marketing dei contenuti, produzione e sviluppo creativo rispetto ai diversi formati mediali. I laureati nella laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale devono possedere: una approfondita preparazione nell'ambito dei paradigmi scientifici dei media studies e degli audience studies nel più ampio contesto dell'evoluzione e della differenziazione dell'industria culturale contemporanea; una specifica conoscenza dei diversi sistemi mediali dal punto di vista dello sviluppo tecnologico, dei modelli di business, della composizione dei pubblici, delle possibilità espressive specifiche di ciascun medium; le fondamentali competenze metodologiche per progettare e gestire le analisi dei pubblici e le ricerche di mercato; le capacità preposte alla progettazione, la gestione e la valutazione di usabilità di sistemi interattivi sui diversi dispositivi terminali (pc, tv, palmari, etc.); le abilità redazionali per la scrittura di contenuti audiovisivi anche di tipo ipertestuale; le professionalità indispensabili per l'organizzazione, la gestione e il marketing delle imprese mediali.

A2.2 Descrizione del percorso formativo e obiettivi formativi e di apprendimento specifici per ambiti disciplinari		
Ambiti formativi	Obiettivi formativi e di apprendimento: Conoscenze, capacità e comportamenti attesi nello studente in relazione alle competenze	Insegnamenti / Attività formative (laboratorio, stage, prova finale)
A scelta dello studente		
Attività formative affini o integrative	I principali obiettivi formativi e di apprendimento attesi in tale area riguardano l'acquisizione di competenze finalizzate all'analisi sociologica e comunicativa degli elementi considerati. Nell'ambito dei settori presi in considerazione viene valorizzata una conoscenza sistemica dell'oggetto e delle professionalità che operano al suo interno. In particolare, i corsi si pongono l'obiettivo di acquisire una competenza relativa alle specificità dei vari media da un punto di vista produttivo, tecnologico e culturale. Queste attività formative prevedono l'acquisizione: di una più ampia consapevolezza delle dimensioni culturali e industriali del media system; della capacità di interpretare le trasformazioni dei fenomeni indagati, anche alla luce dei nuovi scenari tecnologici e multimediali; di una maggiore competenza nella analisi critica del prodotto culturale quale forma di comunicazione, dal punto di vista degli stili e dei linguaggi.	ANALISI DELLA MODA E DEGLI STILI CONTENUTI E MERCATI DELLA RADIOFONIA ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITA' ECONOMIA DELL'AUDIOVISIVO E DEL MULTIMEDIALE IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI RICERCA SUI MEDIA
Discipline metodologiche, informatiche e dei linguaggi	I principali obiettivi formativi e di apprendimento attesi in tale area prevedono l'acquisizione di una competenza di base dei meccanismi di funzionamento di alcune principali tecnologie mediali. Al fine di raggiungere tali scopi, i corsi offrono agli studenti un impianto metodologico da seguire nella progettazione di contenuti e servizi per sistemi digitali interattivi, con particolare attenzione allo scenario (mercati, tecnologie, modelli di business, atteggiamenti e comportamenti dell'utenza). I corsi richiedono agli studenti l'acquisizione della conoscenza del mutevole scenario della televisione digitale interattiva e del web 2.0, e l'appropriazione di strumenti per gestire il rapporto con il committente, condurre un benchmark, costruire profili utente e scenari d'uso, delineare i requisiti del prodotto/servizi, progettare un piano di e-marketing, proporre soluzioni e-Crm, comunicare in maniera efficace la progettazione.	INTERFACCE CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA' SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA

<p>Discipline storico-sociali, giuridico-economiche, politologiche e delle relazioni internazionali</p>	<p>Gli obiettivi formativi attesi in tale area prevedono l'acquisizione di una conoscenza sociologica, giuridico-economica e politica da tradurre in una competenza rispetto all'ambito multimediale. I corsi offrono agli studenti il sistema di conoscenze di base relative alle imprese e alle loro configurazioni strutturali specifiche, anche in riferimento al contesto multimediale. L'impresa è presentata nei suoi fondamentali aspetti strutturali (finalità, soggetti, organizzazione, funzioni, processi), di sistema (ambiente, settore, mercato, globalizzazione) e di gestione (strategie, operation, tattiche). La competenza attesa negli studenti, integrata dalla valutazione critica e comparativa, rispetto al sistema normativo italiano, dei modelli di marketing, regolamentazione e tutela dell'opera multimediale, riguarda in particolare le strategie di branding televisivo e dell'industry cinematografica.</p>	<p>GESTIONE E MARKETING IMPRESE MULTIMEDIALI ridenominato ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE TELEVISIVE REGOLAMENTAZIONE DELLE RETI, PRIVACY, TUTELA DELL'OPERA MULTIMEDIALE</p>
<p>Discipline tecniche dell'informazione e della comunicazione</p>	<p>I principali obiettivi formativi e di apprendimento attesi in tale area riguardano l'acquisizione di competenze finalizzate all'analisi sociologica e comunicativa degli elementi considerati. I corsi analizzano l'evoluzione dei prodotti culturali con particolare attenzione all'affermazione, alla crisi e all'ibridazione dei generi in un contesto trans-mediale. I corsi forniscono agli studenti gli strumenti necessari per analizzare i meccanismi di produzione e rimediazione dei contenuti mediali, con una particolare attenzione all'analisi di pubblici differenziati e con gradi di diversi di competenza. Tale area prevede che gli studenti acquisiscano una capacità di valutazione e gestione degli aspetti creativi, produttivi e distributivi dei prodotti culturali, sviluppando una particolare sensibilità verso le multi-piattaforme che definiscono la dinamica delle strategie di fruizione.</p>	<p>CULTURE E INDUSTRIE DELLA TELEVISIONE - LABORATORIO SUI FORMATI E I GENERI TELEVISIVI INTERFACCE CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA' INTERNET STUDIES MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI STORIA E STRATEGIE DELLE INDUSTRIE CULTURALI SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA ETNOGRAFICA APPLICATA AI MEDIA TEORIA E TECNICHE DELLA REGIA - LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CINEMATOGRAFICA</p>
<p>Per la prova finale</p>	<p>La Tesi di laurea magistrale prevede una lunghezza complessiva orientativa di 100-150 cartelle (ciascuna di circa 2000 battute). In tale lavoro ci si attende lo svolgimento di una ricerca empirica, fondata su un adeguato impianto logico-metodologico, supportato dalla documentazione e dalla letteratura scientifica, che ne illustri le motivazioni teoriche e culturali e lo specifico contributo nell'ambito disciplinare di riferimento. Viene incoraggiata la sperimentazione di tesi collocate nell'ambito del lavoro di ricerca collettivo, che preservino tuttavia una chiara</p>	<p>PROVA FINALE</p>

	identificazione del contributo individuale, e la possibilità di adottare, nella sua elaborazione, strumenti multimediali.	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali	Lo sportello AFE è finalizzato all'assistenza di studenti e laureati nella ricerca di <i>stage</i> e tirocini presso imprese, enti pubblici e non profit, al fine di completare la formazione curriculare attraverso esperienze dirette nel mondo del lavoro. Dei 610 <i>stage</i> attivati nel biennio 2008-2009 (relativo all'ultimo monitoraggio effettuato) il 58% ha coinvolto studenti, il 28% laureati e il 14% partecipanti a Master e Corsi di Alta Formazione. Il 68% degli <i>stage</i> sono stati attivati nel settore privato, mentre il restante 32% in quello pubblico. Nel biennio 2008-2009 le organizzazioni partner sono state 325. Accanto a tale offerta, dal 1997 l'Osservatorio Unimonitor.com su formazione e lavoro nel campo della comunicazione ha costantemente monitorato le prospettive di lavoro dei laureati. I servizi di placement e accompagnamento al lavoro prevedono, inoltre, il collegamento con il Sistema Orientamento Università Lavoro (SOUL) d'Ateneo e un apposito spazio web Work.com Key-Issues.	PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALE
Tirocini formativi e di orientamento	Al fine di orientare gli studenti alla redazione della Prova finale e della Tesi di laurea, sono previsti incontri dell'apposito Laboratorio tesi di laurea e orientamento al lavoro (obbligatorio per gli studenti dei Corsi di laurea magistrale in 270), secondo il calendario e le modalità di iscrizione e frequenza segnalati sulla webcattedra di riferimento. L'iniziativa punta a offrire i principali strumenti teorici, metodologici e tecnici necessari alla stesura degli elaborati di laurea nei diversi ordinamenti e all'accompagnamento professionale al lavoro, attraverso un ciclo di incontri che vede il coinvolgimento di numerosi docenti, ricercatori e ospiti esterni.	LABORATORIO DI TESI DI LAUREA
Ulteriori conoscenze linguistiche	Il corso si pone come obiettivo primario un'analisi avanzata della lingua inglese in generale, e dei diversi stili giornalistici della tradizione anglosassone confrontati con quelli della tradizione italiana. Tale analisi è svolta attraverso un laboratorio avanzato di traduzione dall'inglese all'italiano; e sul versante teorico, mediante riflessioni sulle due lingue a confronto, sulle diverse figure che ruotano intorno al testo giornalistico nei giornali anglosassoni, sui manuali	INGLESE APPLICATO A INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY

	<p>di stile, sulla struttura degli articoli giornalistici e sulle loro specificità.</p> <p>Attraverso la pratica della traduzione e le altre esercitazioni ci si attende dagli studenti il miglioramento della propria conoscenza passiva della lingua inglese scritta di stampo giornalistico, e l'acquisizione di una riflessione attiva sulle strutture della lingua inglese, sulle sue difficoltà, sulle sue differenze rispetto all'italiano.</p>	
--	--	--

Requisito per la Qualità A3 - Sbocchi professionali e occupazionali previsti per i laureati

A3. Sbocchi previsti per i laureati

Sbocchi professionali

I laureati della Laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale saranno in possesso di una professionalità di livello avanzato, con specifiche competenze manageriali, organizzative e gestionali indispensabili allo svolgimento di funzioni di elevata responsabilità. La formazione ricevuta consentirà dunque di operare nei diversi settori delle industrie culturali (editoria radiofonica, televisiva ed elettronica, cinema e audiovisivo, sistemi di rete a livelli diversi di mobilità) con funzioni di progettazione e strutturazione dell'offerta editoriale, gestione delle attività di comunicazione, distribuzione e marketing dei contenuti, produzione e sviluppo creativo di contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, e servizi per ambienti multiplatforma (web, tv digitale, telefonia, ecc.) In relazione agli obiettivi formativi specifici e alle competenze professionali maturate nel corso di studi, nei laboratori applicativi e negli stage

Sbocchi occupazionali

I laureati in Industria culturale e comunicazione digitale potranno trovare occupazione in tutti i settori in cui le conoscenze delle discipline della comunicazione si integrino con le competenze rispetto alla progettazione e alla scrittura di contenuti multimediali. Oltre che nei settori tradizionali dell'industria culturale (radio, tv, cinema), i laureati potranno trovare sbocchi professionali in tutti i settori emergenti della new economy: tv digitale interattiva, contenuti e servizi per le telecomunicazioni (in particolare: banda larga e wireless), progettazione e sviluppo di sistemi di formazione a distanza, controllo di qualità rispetto ai prodotti e ai processi. I laureati in Industria culturale e comunicazione digitale potranno rivestire i seguenti ruoli professionali in relazione alla classificazione ISTAT.

- a) 2.5.1.5.3 Analisti di mercato
Esperto analisi di mercato (media)
Ricercatore di mercato (media)
- b) 2.5.3.1.1 Specialisti dei sistemi economici
Esperto scenari economici (media)
- c) 2.5.4.1.2. Dialoghisti, soggettisti, parolieri
Redattore testi per cinema, tv, radio
Soggettista cine-tv
- d) 2.5.4.1.3 Redattori di testi per la pubblicità
Copywriter
Creatore e redattore di testi pubblicitari
- e) redattore programmi radiofonici
- f) redattore programmi televisivi

E i seguenti ruoli professionali non previsti dalla classificazione ISTAT:

- Designer dell'interazione
- Project manager (multimedia)

- Progettista di contenuti e servizi multimediali
- Gestore di comunità on line
- Interactive Marketing Manager
- Programming Marketing Manager
- Media buyer
- Media planner
- Ideatore e adattatore di format
- Autore radiotelevisivo

Sbocchi relativi alla prosecuzione degli studi

Master di secondo livello

La Facoltà di Scienze della Comunicazione, ha attivato i seguenti master di secondo livello, cui è possibile accedere dopo l'acquisizione di un titolo specialistico/magistrale (o di un titolo conseguito secondo l'ordinamento quinquennale):

Per l'a.a. 2009-2010:

Marketing, comunicazione d'impresa e strategie per la marca (Direzione Patrizio Di Nicola)

Programmazione e produzione televisiva (Direzione Mario Morcellini)

Per gli a.a. 2009- 2010 e 2010-2011:

- Publi.Com - Comunicazione pubblica e istituzionale (Direzione Franca Faccioli)

- Comunicazione e organizzazione (Direzione Domenico De Masi)

Per l'a.a. 2010-2011:

- Comunicazione e *governance* d'impresa (Direzione Filippo Reganati e Patrizio Di Nicola)

- Metris - Metodologia della ricerca sociale (Direzione Carmelo Lombardo)

Dottorato di Ricerca

Nell'a.a. 2009 -2010 erano attivi i Dottorati di Ricerca in:

- Scienze della comunicazione (Coordinatore Mario Morcellini)

- Teoria e Ricerca sociale (Coordinatore Maria Immacolata Macioti)

Nell'a.a. 2010-2011 sono state attivate le seguenti Scuole di Dottorato, cui il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale concorre con i propri docenti:

- Mediatrends. Scuola dottorale per le Scienze della Comunicazione. Teorie e ricerca.

- Sociotrends. Analisi e previsione delle tendenze delle società contemporanee.

In linea con il curriculum formativo del Corso di Laurea in Industria culturale e comunicazione digitale, è attivo il Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione (Coordinatore: Mario Morcellini).

A4 - Requisito per la Qualità A4 - Risultati di apprendimento attesi

I laureati magistrali del corso in Industria culturale e comunicazione digitale acquisiranno le seguenti abilità:

- **Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)**

Conoscenze approfondite sulle industrie culturali e capacità di comprensione dei vari contesti mediali tradizionali e innovativi attraverso i moduli didattici previsti dal SSD SPS/08, anche in abbinamento con le discipline di matrice informatica e ingegneristica per quanto attiene ai sistemi interattivi e alla progettazione delle interfacce utente. Specifiche integrazioni riguardano l'area delle metodologie di analisi dei mercati, del marketing e dell'economia dei media, in modo da costruire figure professionali in grado di operare con funzioni di elevata responsabilità nelle aziende mediali.

Tali conoscenze e capacità saranno raggiunte sia attraverso la frequenza agli insegnamenti caratterizzanti (come "Media e studi culturali" e "Culture e industrie della televisione") previsti dal percorso formativo sia attraverso momenti esercitativi specifici (come il "Laboratorio di storia e strategie delle industrie culturali" e il "Laboratorio sui formati e i generi televisivi") e la verifica avverrà attraverso prove di esame e in itinere, oltre che attraverso la valutazione delle attività e degli elaborati previsti per la prova finale.

- **capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)**

Conoscenze e capacità di comprensione nell'ambito dell'analisi delle industrie culturali e della comunicazione digitale, in grado di analizzare temi specifici del proprio campo di formazione come le trasformazioni delle audience, le nuove interfacce per i sistemi televisivi, del web e dei dispositivi mobili, la verifica di usabilità delle interfacce utente.

Tali competenze verranno raggiunte attraverso una focalizzazione mirata agli aspetti applicativi degli insegnamenti caratterizzanti (come "Teoria e analisi delle audience" e "Sistemi tecnologici e contenuti per tv digitale e dispositivi mobili") che, attraverso specifici momenti esercitativi, sono volti a sviluppare la capacità di approccio individuale ai problemi professionali (come il "Laboratorio di ricerca etnografica applicata ai media" e il "Laboratorio sulla tv digitale interattiva"). Occasione per mettere alla prova e integrare le capacità acquisite è lo stage obbligatorio, che viene svolto presso aziende, istituzioni e enti di ricerca pubblici e privati specificamente correlati agli ambiti professionali in cui i laureati saranno chiamati a operare.

La verifica dell'acquisizione di tali competenze avverrà poi attraverso esami e prove in itinere, oltre che attraverso la valutazione delle attività e degli elaborati relativi alla prova finale.

- **Autonomia di giudizio (making judgements)**

Autonomia e capacità di selezione, interpretazione e valutazione dei dati e delle informazioni indispensabili alla formazione di un giudizio in merito agli argomenti che compongono il campo di studio di riferimento. In particolare, ciò avrà luogo attraverso il confronto e la discussione pubblica, nel corso delle lezioni e dei laboratori, oltre che nelle fasi di realizzazione di progetti individuali e di gruppo, condotti su quegli argomenti che i candidati individueranno con i docenti, nell'ottica di una proficua didattica collaborativa. La possibilità di far emergere e valorizzare l'autonomia progettuale e la capacità di ideare e sottoporre a verifica ipotesi convenzionali, e non, negli specifici campi di interesse del corso di laurea costituisce un'opzione fondamentale. Tali capacità, poi, saranno acquisite soprattutto attraverso la frequenza e il coinvolgimento nelle attività e nelle esercitazioni di molti insegnamenti (come "Teoria e tecniche della regia") e troveranno massimo sviluppo nelle attività per la preparazione della prova finale. La verifica avverrà durante i momenti di esame previsti sia per gli insegnamenti caratterizzanti che per quelli più specifici (come "Internet studies", "Interfacce, contenuti e servizi per le tecnologie interattive", "Gestione e marketing delle imprese multimediali") e nell'analisi delle attività e degli elaborati per la prova finale.

- **Abilità comunicative (communication skills)**

Un adeguato livello di conoscenza sui temi del proprio campo di studio tale da consentire una elevata capacità di comunicazione e presentazione di ipotesi, idee e applicazioni ad interlocutori sia specialisti che non. I laureati magistrali del corso in Industria culturale e comunicazione digitale acquisiranno tali competenze espressive e comunicative sia nelle specifiche occasioni di presentazione dei loro lavori che nei momenti di verifica nell'ambito degli insegnamenti curriculari (come ad esempio "Inglese applicato a Information Communication Technology"), oltre che attraverso la valutazione della prova finale.

- **Capacità di apprendimento (learning skills)**

Una elevata capacità di apprendimento autonomo, sviluppato mediante la definizione di validi modelli di lavoro, ricerca e progettazione, garantiti anche dalla competenza raggiunta nell'utilizzo delle tecnologie networking e delle basi dati, anche attraverso specifici momenti formativi (come il "Laboratorio di interazione uomo-macchina e usabilità"). Una risorsa fondamentale sia per il raggiungimento di obiettivi professionali, sia per un aggiornamento costante della propria formazione nell'ottica del "long life learning".

La verifica avverrà soprattutto attraverso le prove di esame, organizzate in modo da valutare e valorizzare l'autonomia dei processi di apprendimento.

Area B – PROCESSO FORMATIVO

Requisito per la Qualità B1 - Requisiti di ammissione

Per i Corsi di Laurea Magistrale:

A. A. 2009-2010

Requisiti di ammissione e curriculari

B1 - Requisiti di ammissione

Requisiti di ammissione, in termini di conoscenze, capacità e competenze, richiesti per l'accesso

La Facoltà di Scienze della Comunicazione, per l'a.a. 2009/2010, ha deciso di adottare una politica di accesso differenziata in funzione delle specificità dei profili formativi delineati dall'offerta formativa di Magistrale. Le modalità di accesso all'intera offerta formativa di Lauree Magistrali della Facoltà, ad eccezione dei corsi interfacoltà, sono state regolamentate da bandi di concorso in grado di garantire agli studenti la possibilità di concorrere per uno o più Corsi di laurea. Nello specifico, uno specifico bando di concorso regolava l'accesso per i corsi di LM, tra cui il CdL in oggetto.

Requisiti curriculari richiesti

Le competenze richieste per l'accesso alla LM in Industria culturale e comunicazione digitale fanno diretto riferimento ai Corsi di Laurea in Scienze della comunicazione (classe 20 ex DM 270; classe 14 ex DM 509; ordinamento quinquennale) ma possono derivare da altre classi di laurea, in particolare appartenenti all'area delle scienze politico-economico-sociali e delle scienze della cooperazione per lo sviluppo. Sono ammessi all'iscrizione:

a) I laureati in tutte le classi di Laurea (ex D.M. 270/04, ex D.M. 509/99, ex D.M. 508/99) oppure in possesso di Lauree di ordinamenti precedenti oppure di titoli equipollenti.

b) I cittadini stranieri che abbiano conseguito un titolo riconosciuto idoneo. In entrambi i casi l'iscrizione è subordinata alla condizione che abbiano acquisito nei seguenti settori scientifico-disciplinari complessivamente almeno 90 crediti:

- almeno 40 CFU complessivi nei SSD SPS/08, SPS/07, SPS/09; SPS/10, L-ART/05 L-ART/06, L-LIN/01, M-FIL/05, L-FIL-LET/10, L-FIL-LET/12; L-FIL-LET/14 di cui almeno 12 CFU nel settore SPS/08

- almeno 20 CFU complessivi nei SSD: SECS-P/01; SECS-P/02; SECS-P/06; SECS-P/07; SECS-P/08; SECS-P/10, SECS-S/01, SECS-S/04, SECS-S/05, M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, M-GGR/02

- almeno 20 CFU complessivi nei SSD M-STO/04, M-STO/05, SPS/02, SPS/04, SPS/11; SPS/12, IUS/01, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS/14

- almeno complessivi 4 cfu - anche in forma laboratoriale - nei SSD ING-INF/01 o ING-INF/05 (o in alternativa il possesso di Patente informatica europea o certificazioni affini)

- almeno complessivi 3 CFU - anche in forma laboratoriale - in uno dei due settori scientifico-disciplinari L-LIN/11 o L-LIN/12 (o il possesso di uno dei certificati internazionali di conoscenza della lingua inglese, come ad es. TOEFL, TOEIC, GRE, IELTS, Cambridge First Certificate, Cambridge Certificate of Advanced English, Cambridge Certificate of Proficiency, Cambridge Certificate in English for International Business and Trade-CEIBT)

- almeno complessivi 3 CFU - anche in forma laboratoriale - in uno o più dei seguenti SSD: L-LIN/04, L-LIN/06, L-LIN/07, L-LIN/14, L-LIN/21, L-OR/12, L-OR/21, L-OR/22 (o in alternativa un attestato di superamento dell'esame di livello B1 o certificato internazionale affine in una delle suddette lingue: francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese, giapponese) (esempi per il francese almeno uno tra i seguenti: DELF o DALF, Diplôme Supérieur de Français des Affaires, Certificat de Français Juridique, Certificat pratique de Français Commercial et Economique; per lo spagnolo: DELE - Diploma Basico o Diploma Superior; per il tedesco almeno uno tra i seguenti: Zentrale Mittelstufenprüfung-ZMP, Zentrale Oberstufenprüfung-ZOP, patentino della Regione autonoma Trentino Alto-Adige, UNicert II o UNicert III o UNicert IV, Prüfung Wirtschaftsdeutsch International, Grosses Deutsches Sprachdiplom, Deutsches Sprachdiplom der Kultursministerkonferenz Stufe 1, Deutsches Sprachdiplom der Kultursministerkonferenz Stufe 2, Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerber, etcetera)

La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, una volta ottemperati i criteri relativi ai requisiti curriculari , è disciplinata dal Regolamento didattico del Corso di Laurea, in particolare sulla base dei seguenti criteri:

- voto di laurea
- media dei voti conseguiti nelle prove e in particolare in alcuni SSD indicati
- conseguimento del titolo di studio che dà accesso alla LM entro i tempi previsti

Requisiti di accesso

L'immatricolazione degli studenti ai Corsi di Laurea Magistrale della Facoltà di Scienze della Comunicazione afferenti rispettivamente alla classe LM-19 e alla classe LM-59 di seguito elencati, per l'anno accademico 2009-2010, è subordinata alla partecipazione ad una procedura di valutazione comparativa dei titoli.

La valutazione comparativa dei titoli farà riferimento al percorso formativo in precedenza compiuto dallo studente.

La graduatoria dei vincitori sarà formulata sulla base di una valutazione complessiva, espressa in settantesimi, che tiene in considerazione le seguenti variabili:

- media ponderata degli esami sostenuti (fino ad un massimo di 30 punti);
- numero di crediti conseguiti nei SSD SPS/08, SPS/07, L-LIN/12 E INF/01 (fino ad un massimo di 30 punti)
- conseguimento del titolo nei tempi previsti dalla durata legale della Laurea (in corso/fuori corso) (agli studenti laureati in corso verranno assegnati 10 punti)

Il punteggio totale è dato dalla somma dei punti ottenuti dai candidati per ognuna delle variabili sopra indicate. Qualora più candidati ottenessero lo stesso punteggio totale, ai fini della posizione in graduatoria, verranno considerati i punteggi parziali conseguiti nel seguente ordine di importanza: 1° media ponderata, 2° numero di crediti conseguiti nei SSD SPS/08, SPS/07, L-LIN/12 E INF/01, 3° tempo di conseguimento del titolo. In caso di ulteriore parità, e solo in tal caso, verrà considerato vincitore il candidato più giovane.

Offerta formativa

Corso di laurea	Sede	Classe	Ammissione	Posti	Posti extra UE
Industria culturale e comunicazione digitale	Roma	LM/19	Valutazione comparativa dei titoli	97	3

Immatricolati nell'A.A. 2009-2010 alle magistrali 270

CORSO DI LAUREA	Immatricolati	Iscritti
	1 anno	1 anno
14581 - INDUSTRIA CULTURALE E COMUNICAZIONE DIGITALE [LM ORDIN. 2010 - DM 270/04]	47	11

A.A. 2010-2011

Requisiti di ammissione e curriculari

B1 - Requisiti di ammissione

Requisiti di ammissione, in termini di conoscenze, capacità e competenze, richiesti per l'accesso

La Facoltà di Scienze della Comunicazione, per l'a.a. 2010/2011, ha deciso di adottare una politica di accesso differenziata in funzione delle specificità dei profili formativi delineati dall'offerta formativa di Magistrale. Le modalità di accesso all'intera offerta formativa di Lauree Magistrali della Facoltà, ad eccezione dei corsi interfacoltà e del Corso di Laurea Magistrale in Editoria Multimediale e Nuove Professioni dell'Informazione, sono state regolamentate dalle specifiche schede curriculari pubblicate sul sito di Ateneo e inserite all'interno del Manifesto degli Studi di Ateneo.

Requisiti curriculari richiesti

Le competenze richieste per l'accesso alla LM in Industria culturale e comunicazione digitale fanno diretto riferimento ai Corsi di Laurea in Scienze della comunicazione (classe 20 ex DM 270; classe 14 ex DM 509; ordinamento quinquennale) ma possono derivare da altre classi di laurea, in particolare appartenenti all'area delle scienze politico-economico-sociali e delle scienze della cooperazione per lo sviluppo.

Sono ammessi all'iscrizione:

- a) I laureati in tutte le classi di Laurea (ex D.M. 270/04, ex D.M. 509/99, ex D.M. 508/99) oppure in possesso di Lauree di ordinamenti precedenti oppure di titoli equipollenti.
- b) I cittadini stranieri che abbiano conseguito un titolo riconosciuto idoneo.

In entrambi i casi l'iscrizione è subordinata alla condizione che abbiano acquisito nei seguenti settori scientifico-disciplinari complessivamente almeno 90 crediti:

- almeno 50 CFU complessivi nei SSD SPS/08, SPS/07, SPS/09; SPS/10, L-ART/05 L-ART/06, L-LIN/01, M-FIL/05, L-FIL-LET/10, L-FIL-LET/11, L-FIL-LET/12; L-FIL-LET/14, M-DEA/01, M-PED/01, M-PED/02 di cui almeno 12 CFU nel settore SPS/08

- almeno 12 CFU complessivi nei SSD: SECS-P/01; SECS-P/02; SECS-P/06; SECS-P/07; SECS-P/08; SECS-P/10, SECS-S/01, SECS-S/04, SECS-S/05, M-PSI/01, M-PSI/05, M-PSI/06, M-GGR/02

- almeno 18 CFU complessivi nei SSD M-STO/02, M-STO/04, M-STO/05, SPS/02, SPS/03, SPS/04, SPS/11; SPS/12, IUS/01, IUS/04, IUS/07, IUS/08, IUS/09, IUS/10, IUS/14

- almeno complessivi 4 cfu - anche in forma laboratoriale - nei SSD INF/01 o ING-INF/05 (o in alternativa il possesso di Patente informatica europea o certificazioni affini)

- almeno complessivi 6 CFU – anche conseguiti in forma laboratoriale - nei settori scientifico-disciplinari L-LIN/11, L-LIN/12 (oppure il possesso di uno dei certificati internazionali di conoscenza della lingua inglese, come ad es. TOEFL, TOEIC, GRE, IELTS, Cambridge First Certificate, Cambridge Certificate of Advanced English, Cambridge Certificate of Proficiency, Cambridge Certificate in English for International Business and Trade-CEIBT) , L-LIN/04, L-LIN/06, L-LIN/07, L-LIN/14, L-LIN/21, L-OR/12, L-OR/21, L-OR/22 (oppure in alternativa un attestato di superamento dell'esame di livello B1 o certificato internazionale affine in una delle suddette lingue: francese, spagnolo, tedesco, russo, arabo, cinese, giapponese) (esempi per il francese almeno uno tra i seguenti: DELF o DALF, Diplôme Supérieur de Français des Affaires, Certificat de Français Juridique, Certificat pratique de Français Commercial et Economique; per lo spagnolo: DELE - Diploma Basico o Diploma Superior; per il tedesco almeno uno tra i seguenti: Zentrale Mittelstufenprüfung-ZMP, Zentrale Oberstufenprüfung-ZOP, patentino della Regione autonoma Trentino Alto-Adige, UNICert II o UNICert III o UNICert IV, Prüfung Wirtschaftsdeutsch International, Grosses Deutsches Sprachdiplom, Deutsches Sprachdiplom der Kultursministerkonferenz Stufe 1, Deutsches Sprachdiplom der Kultursministerkonferenz Stufe 2, Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang ausländischer Studienbewerber, etcetera)

In mancanza del possesso dei crediti indicati, l'ammissione al Corso di laurea magistrale è subordinata a una valutazione preliminare dei requisiti curriculari posseduti, disciplinata dal regolamento didattico del corso di laurea. La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, una volta rispettati i criteri relativi ai requisiti curriculari, è disciplinata dal Regolamento didattico del Corso di Laurea, in particolare sulla base dei seguenti criteri:

- voto di laurea
- media dei voti conseguiti nelle prove e in particolare in alcuni SSD indicati

Requisiti di accesso

L'immatricolazione degli studenti al Corso di Laurea Magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale (LM-19), ad accesso libero, per l'anno accademico 2010-2011, è stata subordinata alla verifica dei requisiti e della personale preparazione.

Offerta formativa

Corso di laurea	Sede	Classe	Ammissione	Posti	Posti extra UE
Industria culturale e comunicazione digitale	Roma	LM/19	Verifica dei requisiti e della personale preparazione	Accesso libero	

Immatricolati nell'A.A. 2010-2011 alle magistrali 270

Corso di Laurea	Immatricolati 1 anno	Iscritti 1 anno
15272 - INDUSTRIA CULTURALE E COMUNICAZIONE DIGITALE [LM ORDIN. 2011 - DM 270/04]	59	3

Modalità di verifica dell'adeguatezza della preparazione personale

In mancanza del possesso dei crediti indicati, l'ammissione al Corso di laurea magistrale in Industria culturale e comunicazione digitale è subordinata a una valutazione preliminare dei requisiti curriculari posseduti, disciplinata dal regolamento didattico del corso di laurea.

La verifica dell'adeguatezza della personale preparazione, una volta rispettati i criteri relativi ai requisiti curriculari, è disciplinata dal Regolamento didattico del Corso di Laurea, in particolare sulla base dei seguenti criteri:

- voto di laurea;
- media dei voti conseguiti nelle prove e in particolare in alcuni SSD indicati.

Requisito per la Qualità B2 - Progettazione del percorso formativo

B2.1 Scheda Insegnamenti (prime 7 colonne)

Anno	Insegnamento	Codice Insegnamento	SSD/i	CFU	Ore L	Ore E	Ore A	Docente responsabile	SSD/d	Qualifica	Tipologia copertura	Facoltà	Carico Didattico Complessivo (CFU)
1	A scelta dello studente	-		0	0	0	0						
1	CULTURE E INDUSTRIE DELLA TELEVISIONE - LABORATORIO SUI FORMATI E I GENERI	1020712	SPS/08	9	36	0	48	BUON ANNO EMILIA	SPS/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	12

	TELEVISIVI												
1	ECONOMIA DELL'AUDIOVISIVO E DEL MULTIMEDIALE	1020782	SECS-P/06	6	0	0	48	DE VESCOVI FRANCESCO	X	NDU	Contratto	scienze e della comunicazione	3
1	IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI RICERCA SUI MEDIA	1021280	SPS/07	6	0	0	48	MONTESPERELLI PAOLO	SPS/07	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	14
1	INTERNET STUDIES	1018904	SPS/08	6	0	0	48	COMUNELLO FRANCESCO	SPS/08	RU	Affidamento di incarico o retribuito	scienze e della comunicazione	12
1	MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI STORIA E STRATEGIE DELLE INDUSTRIE CULTURALI	1020474	SPS/08	12	36	0	72	LEONZILI SILVIA	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	20
1	SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA	1023766	SPS/08, I NG-INF/05	9	36	0	48	MARINELLI ALBERTO	SPS/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	25
1	TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA ETNOGRAFICA APPLICATA AI MEDIA	1020722	SPS/08	9	36	0	48	ANDOROMANA	SPS/08	RU	Affidamento di incarico o retribuito	scienze e della comunicazione	11
2	ANALISI DELLA MODA E DEGLI STILI	1022353	SPS/07	6	0	0	48	CAVALARORENATO	SPS/07	PA	Carico didattico in sostituzione del titolare	scienze e della comunicazione	24
2	ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITA'	1022371	SPS/08	6	0	0	48	GIORDANO VALERIA	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	18
2	ARTI E MUSICA NELL'INDUSTRIA CULTURALE	1022354	L-ART/06	6	0	0	48						
2	CONTENUTI E MERCATI DELLA RADIOFONIA	1031472	L-ART/06	6	0	0	48	NATALI LUCIA ANNA	L-ART/06	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	12
2	GESTIONE E MARKETING IMPRESE MULTIMEDIALI	1021281	SECS-P/08	6	0	0	48	MATTI ACCI ALBERTO	SECS-P/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	16
2	INGLESE APPLICATO A INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY	AAF1230		3	0	0	36	MATASSA FABIO GIUSEPPE	X	NDU	Contratto	scienze e della comunicazione	3

2	INTERFACCE, CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE - LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA'	1023763	SPS/08,1 NF/01	9	36	0	48	MEDAGLIA CARLO MARIA	ING-INF/05	RU	Affidamento di incarico o retribuito	scienze della comunicazione	11
2	LABORATORIO DI MOBILE SERVICES E MULTICANALITA'	AAF1307		3	36	0	0	ROVELLI MASSIMO	X	NDU	Contratto	scienze della comunicazione	3
2	PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALE	AAF1173		3	0	120	0						
2	PROVA FINALE	AAF1016		18 nel 2009- 2010 e 15 nel 2010- 2011	0	0	0						
2	REGOLAMENTAZIONE DELLE RETI, PRIVACY, TUTELA DELL'OPERA MULTIMEDIALE	1022621	IUS/09	6	0	0	48	MARS OCCI PAOLA	IUS/08	PA	Carico didattico	scienze della comunicazione	13
2	TEORIA E TECNICHE DELLA REGIA - LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CINEMATOGRAFICA	1023761	SPS/08,L-ART/06	9	36	0	48	FAENZA ROBERTO	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze della comunicazione	6

Coerenza del percorso formativo con i requisiti di apprendimento attesi

Risultati di apprendimento attesi	Attività formative che contribuiscono al raggiungimento del risultato in considerazione
<p>I risultati di apprendimento attesi riguardano, in particolare, l'acquisizione delle competenze necessarie all'utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione in funzione delle necessità gestionali ed organizzative delle imprese editoriali (cartacee, audiovisive, on line). A questi obiettivi si affiancano il possesso di abilità di scrittura e la capacità di gestire contenuti, anche mediante l'uso di nuove tecnologie informatiche, soprattutto nell'ambito delle attività redazionali. Inoltre, ci si attende che lo studente sappia progettare contenuti, anche di tipo multimediale e ipertestuale, e servizi per ambienti multiplatforma (web, tv digitale, telefonia, ecc.), e che sia in grado di apprendere e utilizzare, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemi tecnologici e contenuti per Tv digitale e dispositivi mobili – Laboratorio sulla Tv digitale interattiva; • Internet Studies; • Economia dell'audiovisivo e del multimediale; • Gestione e marketing delle imprese multimediali; • Interfacce, contenuti e servizi per le tecnologie interattive – Laboratorio di interazione uomo-macchina e usabilità. • Inglese applicato a Information Communication Technology.

B2.2 Metodi di verifica dell'apprendimento

Per le informazioni relative ai metodi di verifica dell'apprendimento dei singoli insegnamenti, si rinvia alle rispettive pagine web (webcattedre), come enucleate al punto **B2.1** (*infra*).

In particolare, si segnala l'orientamento della Facoltà (cfr. verbale del C.d.F del 17/10/2007) volto a limitare l'utilizzo di test a risposta chiusa come forma esclusiva di verifica, favorendo invece l'uso di colloqui e di prove scritte consistenti nella stesura di elaborati. E' altresì incoraggiata la sperimentazione di forme di verifica integrative quali prove in itinere, esoneri progressivi, soprattutto sulle nozioni di base, test di autovalutazione, tesine e altri lavori certificati.

Verifica della validità della valutazione degli apprendimenti

Nell'ambito delle attività dello specifico Osservatorio sulla didattica attivato dalla Facoltà, sono state messe a punto procedure adeguate di monitoraggio della qualità della valutazione dell'apprendimento nei diversi insegnamenti.

Scheda B2.2 Esami e Metodi di verifica

Anno	Insegnamento	Codice Insegn.	Modalità d'esame	Osservazioni	Verifica validità della valutazione degli apprendimenti
1	A scelta dello studente	-			Link alle webcattedre
1	ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITA'	1022371	Orale		ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITA'
1	CULTURE E INDUSTRIE DELLA TELEVISIONE - LABORATORIO SUI FORMATI E I GENERI TELEVISIVI	1020712	Orale		CULTURE E INDUSTRIE DELLA TELEVISIONE - LABORATORIO SUI FORMATI E I GENERI TELEVISIVI
1	ECONOMIA DELL'AUDIOVISIVO E DEL MULTIMEDIALE	1020782	Orale		ECONOMIA DELL'AUDIOVISIVO E DEL MULTIMEDIALE
1	IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI RICERCA SUI MEDIA	1021280	Scritto e orale		IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI RICERCA SUI MEDIA
1	INTERNET STUDIES	1018904	Orale		INTERNET STUDIES
1	MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI STORIA E STRATEGIE DELLE INDUSTRIE CULTURALI	1020474	Orale		MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI STORIA E STRATEGIE DELLE INDUSTRIE CULTURALI
1	SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA	1023766	Orale e Project Work		SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA
1	TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA ETNOGRAFICA APPLICATA AI MEDIA	1020722	Orale e Project work		TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA ETNOGRAFICA APPLICATA AI MEDIA
2	ANALISI DELLA MODA E	1022353			ANALISI DELLA MODA E

	<i>DEGLI STILI</i>				<u>DEGLI STILI</u>
2	<i>ANALISI DELL'INFORMAZIONE E DEI PUBBLICI</i>	1031747	<i>Scritto e orale</i>		<u>ANALISI DELL'INFORMAZIONE E DEI PUBBLICI</u>
2	<i>CONTENUTI E MERCATI DELLA RADIOFONIA</i>	1031472	<i>Orale</i>		<u>CONTENUTI E MERCATI DELLA RADIOFONIA</u>
2	<i>GESTIONE E MARKETING IMPRESE MULTIMEDIALI</i>	1021281	<i>Project work e orale</i>		<u>GESTIONE E MARKETING IMPRESE MULTIMEDIALI</u>
2	<i>INGLESE APPLICATO A INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY</i>	AAF1230	<i>Scritto e orale</i>		<u>INGLESE APPLICATO A INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY</u>
2	<i>INTERFACCE CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE - LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA'</i>	1031880	<i>Project work e orale</i>		<u>INTERFACCE CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE - LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA'</u>
2	<i>LABORATORIO TESI DI LAUREA</i>	AAF1247	<i>Project work e orale</i>		<u>LABORATORIO TESI DI LAUREA</u>
2	<i>PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALE</i>	AAF1173			<u>PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALE</u>
2	<i>PROVA FINALE</i>	AAF1013	<i>Redazione di un testo ed esame orale</i>		
2	<i>REGOLAMENTAZIONE DELLE RETI, PRIVACY, TUTELA DELL'OPERA MULTIMEDIALE</i>	1022621	<i>Orale</i>		<u>REGOLAMENTAZIONE DELLE RETI, PRIVACY, TUTELA DELL'OPERA MULTIMEDIALE</u>
2	<i>TEORIA E TECNICHE DELLA REGIA - LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CINEMATOGRAFICA</i>	1031738	<i>Orale</i>		<u>TEORIA E TECNICHE DELLA REGIA - LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CINEMATOGRAFICA</u>

B3 - Pianificazione dello svolgimento del percorso formativo**Calendario didattico A.A. 2009-2010 - Corsi in ordinamento 509****Primo semestre:**

- **Periodo A** – dal 28 Settembre al 31 Ottobre 2009
- **Periodo B** – dal 16 novembre al 19 Dicembre 2009

Secondo semestre:

- **Periodo C** – dal 1 Marzo al 10 Aprile 2010
- **Periodo D** – dal 26 Aprile al 29 Maggio 2010

Interruzione dell'attività didattica per le festività pasquali dal giorno 1 al giorno 7 aprile 2010.

LEZIONI ED ESAMI**Primo semestre:**

- **Periodo A** – dal 28 Settembre al 31 Ottobre 2009
- **Periodo B** – dal 16 novembre al 19 Dicembre 2009

Secondo semestre:

- **Periodo C** – dal 1 Marzo al 10 Aprile 2010
- **Periodo D** – dal 26 Aprile al 29 Maggio 2010

Interruzione dell'attività didattica per le festività pasquali dal giorno 1 al giorno 7 aprile 2010.

SESSIONI D'ESAME

- **Dal 1 settembre al 26 settembre 2009 (Sessione autunnale)**

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2008/2009

(NB: i laureandi di ottobre e dicembre prendano visione della **Nota 1**)

- **Dal 1 ottobre al 31 ottobre 2009 (Sessione di recupero)**

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2008/2009 riservato solo alle tipologie di studenti di seguito indicate:

- studenti fuori corso;
- studenti iscritti in modalità Part Time.

- **Dal 2 novembre al 14 novembre 2009 (Sessione intermodulo)**
- **Dall' 11 gennaio 2010 al 27 febbraio 2010 (Sessione invernale e Pre-appello estivo)**
- **Dal 13 aprile al 24 aprile 2010 (Sessione intermodulo)**
- **Dal 7 giugno al 31 luglio 2010 (Sessione estiva)**

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2009-2010

- **Dal 1 settembre al 25 settembre 2010 (Sessione autunnale)**

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2009/2010

SESSIONI DI LAUREA 2008/2009

- **Dal 12 ottobre al 31 ottobre 2009 (Sessione autunnale)**

Sessione autunnale per gli studenti iscritti alle Lauree Triennali, alle Lauree Specialistiche e alla Laurea di Vecchio Ordinamento Quinquennale

SESSIONI DI LAUREA 2009/2010

- **Dall' 8 luglio al 27 luglio 2010 (Sessione estiva)**

Sessione estiva a.a. 2009-2010 alle Lauree Specialistiche e alla Laurea di Vecchio Ordinamento Quinquennale

Calendario didattico A.A. 2010-2011 - Corsi in ordinamento 270

LEZIONI

Primo semestre:

- dal 27 Settembre al 18 Dicembre 2010

Secondo semestre:

- dal 28 febbraio 2011 al 28 Maggio 2011

(Interruzione dell'attività didattica per le festività pasquali dal giorno 21 al giorno 27 aprile 2011).

SESSIONI D'ESAME

- **Dal 1 settembre al 25 settembre 2010 (Sessione autunnale)**

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2009/2010

- **Dall' 11 ottobre al 10 novembre 2010 (Sessione laureandi e di recupero)**

- **Dal 13 dicembre 2010 al 20 dicembre 2010 (Sessione laureandi)**

- **Dal 7 gennaio al 31 gennaio 2011 (Sessione invernale 2009/2010)**

- 1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2009/2010.

▪ **Dal 7 gennaio al 26 febbraio 2011 (primo appello 2010/2011)**

- 2 appelli per tutte le materie i cui corsi si siano svolti nel primo semestre dell'a.a. 2010/2011

▪ **Dal 4 aprile al 16 aprile 2011 (Sessione laureandi e di recupero)**

▪ **Dal 6 giugno al 30 luglio 2011 (Sessione estiva)**

3 appelli di tutte le materie dell'a.a. 2010-2011

▪ **Dal 1 settembre al 25 settembre 2011 (Sessione autunnale)**

1 appello di tutte le materie dell'a.a. 2010/2011

SESSIONI DI LAUREA

▪ **Dal 18 ottobre al 30 ottobre 2010 (Sessione autunnale)**

Sessione autunnale 2009/2010 per gli studenti iscritti alle Lauree Triennali di ordinamento 509, alle Lauree Specialistiche/Magistrali (ordinamento 509 e 270) e alla Laurea di Vecchio Ordinamento Quinquennale

▪ **Dal 12 gennaio al 29 gennaio 2011 (Sessione invernale)**

Sessione invernale 2009/2010 solo per gli studenti iscritti alle Lauree Specialistiche/Magistrali (509/270) e alla Laurea di Vecchio Ordinamento Quinquennale

▪ **Dall' 11 luglio al 30 luglio 2011 (Sessione estiva)**

Sessione estiva a.a. 2010-2011 per gli studenti iscritti alle Lauree Triennali (ordinamento 509 e 270) alle Lauree Specialistiche/Magistrali (ordinamento 509 e 270) e alla Laurea di Vecchio Ordinamento Quinquennale

NB: il calendario verrà di seguito integrato con le date inerenti alla sessione autunnale 2010/2011 e a quella invernale 2010/2011.

Caratteristiche prova finale (a.a. 2009/2010, 2010/2011)

La Tesi di laurea può essere svolta esclusivamente in una materia della quale lo studente abbia sostenuto l'esame e che compaia come tale nel curriculum formativo.

Si potrà far riferimento anche ad uno dei laboratori previsti, nonché a prove che prevedano la sola idoneità, purché essi risultino come esami sostenuti nel curriculum formativo e siano riconducibili ad uno specifico settore scientifico-disciplinare.

Qualora lo studente voglia svolgere la tesi in un insegnamento previsto in un Corso diverso da quello seguito, deve sostenere il relativo esame nell'ambito dei crediti a scelta oppure come esame aggiuntivo, previo consenso del docente/relatore e seguendo le indicazioni che a tal fine sono fornite dalla Facoltà. Nel caso in cui l'esame sia svolto nell'ambito dei crediti a scelta, al momento della richiesta di ammissione alla laurea lo studente dovrà dichiarare tale circostanza compilando un apposito modulo, che sarà firmato anche dal docente relatore e che dovrà essere consegnato in segreteria insieme ai cedolini degli esami.

Il relatore della tesi di laurea, al quale spetta il compito di assistere e orientare lo studente nella preparazione dell'elaborato e di presentarne il lavoro nella seduta di laurea, è, di norma, un docente titolare della materia. Qualora non vi siano attualmente docenti di quella materia (ad esempio per cessazione o temporanea sospensione dell'insegnamento) potrà essere relatore un docente titolare di materia affine, previa autorizzazione del Preside. Nel caso in cui la tesi venga preparata nell'ambito di attività laboratoriali o che prevedano la sola idoneità, potrà essere relatore della tesi il titolare delle attività stesse se si tratta di un docente (di ruolo o esterno) della Facoltà; in

caso contrario (attività laboratoriali gestite da collaboratori didattici) fungerà da relatore un docente della Facoltà alla cui competenza e responsabilità il laboratorio può essere ricondotto.

Carico didattico determinato in CFU

Il superamento della prova finale comporta l'acquisizione di **15 crediti formativi**.

Modalità di assegnazione

L'assegnazione dell'argomento e la formalizzazione del rapporto di supervisione avvengono **ragionevolmente 8-10 mesi prima della data prevista per la discussione**. Tale termine non è formale o burocratico, ma sostanziale, essendo il tempo che si ritiene necessario, sulla base dell'esperienza dei docenti, per la produzione di un elaborato di qualità. Per questo motivo, il termine va considerato come **tempo effettivo di lavoro**, e dunque va calcolato non dal primo vago contatto con il docente, ma dall'assegnazione e dal concreto avvio delle ricerche (e sempre che, ovviamente, il lavoro si svolga in maniera continua ed efficace); e non fino al giorno della discussione, ma fino al giorno di conclusione del lavoro, vale a dire il giorno della consegna del disco firmato in segreteria. Il cedolino dell'ultimo esame va consegnato alla Segreteria Studenti almeno 20 giorni prima dell'inizio del periodo di discussione delle tesi.

Requisiti dell'elaborato

Oltre alla forma classica del saggio - che preferibilmente include una ricerca empirica o una sua parte - delle dimensioni orientative di 100-150 cartelle (ciascuna di circa 2000 battute), l'elaborato può essere costituito dalla presentazione di diversi prodotti di comunicazione (siti, audiovisivi, Cd-Rom, progetti, piani di comunicazione e marketing, format, campagne pubblicitarie o di comunicazione sociale, servizi e prodotti di comunicazione, etc.), che possono essere realizzati integralmente o parzialmente attraverso formati multimediali. In ogni caso, l'elaborato deve prevedere un adeguato impianto logico-metodologico supportato dalla documentazione e dalla letteratura scientifica di riferimento, che ne illustrino le motivazioni teoriche e culturali e il suo specifico contributo nell'ambito della disciplina.

Criteri di attribuzione del voto finale

La base di partenza con la quale si accede al conseguimento della laurea è costituita dalla media dei voti ottenuti nei singoli moduli didattici ponderata per il numero dei crediti attribuiti a ciascun modulo. Tale media ponderata viene poi rapportata a 110, con una operazione di divisione per 3 e moltiplicazione per 11. Si ottiene così la votazione di partenza con la quale si accede all'esame di laurea. Al fine dell'aggiunta di esami in più sostenuti con il solo scopo di aumentare la media, valgono solo gli esami che risultano in eccedenza rispetto al monte-crediti; non rientrano invece nel calcolo della media gli esami extracurricolari che siano stati sostenuti e verbalizzati nell'ambito dei crediti a scelta dello studente, per i quali non si tiene conto del voto ottenuto e si procede all'assegnazione dei crediti mediante semplice idoneità.

Al punteggio derivante dalla media ponderata degli esami, la commissione potrà aggiungere un punto ogni quattro lodi ottenute dal candidato nel corso del suo curriculum formativo. In sede di valutazione finale, la Commissione di laurea può aggiungere un **punteggio che di norma va da 0 a 6**, secondo i seguenti criteri:

- completezza, correttezza e fondatezza dell'elaborato
- originalità, metodologia e capacità di ricerca
- qualità della presentazione e della discussione

A partire dalla sessione di febbraio-marzo 2008 non vengono più attribuiti punti aggiuntivi per il fatto che la laurea avvenga nei termini previsti. Tale possibilità era stata infatti introdotta per agevolare la fase di familiarizzazione degli studenti con i ritmi del nuovo ordinamento didattico, e non ha dunque più motivo di sussistere.

Criteri per la composizione delle commissioni

Per i criteri di composizione delle commissioni, si rinvia al Regolamento didattico d'Ateneo (art. 24), disponibile al link < http://www.uniroma1.it/sites/default/files/allegati/didattico270_a.pdf >.

L'individuazione dei singoli componenti le commissioni è inoltre compiuta sulla base di criteri di affinità fra il tema degli elaborati e le specifiche competenze didattico-scientifiche dei docenti.

Responsabile amministrativo per le Sedute di Laurea:

Claudia Lucrezio Monticelli

e-mail: claudia.lucrezio@uniroma1.it

Informazioni sui singoli insegnamenti

La verifica della disponibilità e reperibilità sul sito Internet di una serie di informazioni relative a ciascun insegnamento, resa obbligatoria dalla normativa successiva all'anno di riferimento del presente RAV, evidenzia già nell'A.A. 2008-2009 un'articolazione delle pagine web dei singoli insegnamenti coerente con i seguenti requisiti di trasparenza:

- a. il programma dell'insegnamento, eventualmente suddiviso fra i vari moduli (tenuto conto di quanto indicato al punto 6);
- b. i curricula scientifici del docente responsabile e degli eventuali altri docenti coinvolti; (B)
- c. i risultati d'apprendimento previsti;
- d. le eventuali propedeuticità;
- e. l'anno di corso;
- f. i testi di riferimento;
- g. la modalità di erogazione (tradizionale, a distanza, mista);
- h. la sede (aula, indirizzo);
- i. l'organizzazione della didattica (lezioni, esercitazioni, laboratorio, ecc.);
- j. la modalità di frequenza (obbligatoria, facoltativa);
- k. i metodi di valutazione (prova scritta, orale, etc.);
- l. le date di inizio e termine e il calendario delle attività didattiche;
- n. le eventuali attività di supporto alla didattica (tipi e orari);
- o. gli orari di ricevimento dei docenti;
- p. il calendario delle prove di esame.

Valutazione della Commissione qualità del requisito B: Processo Formativo

B1: Requisiti di ammissione

1. L'insieme delle attività poste in essere relativamente alla valutazione dei requisiti in possesso degli studenti interessati al CdS in oggetto, ovvero modalità e contenuti della prova di ingresso e individuazione delle lauree riconosciute idonee, si è rivelato coerente con gli obiettivi formativi del CdS in Industria culturale e comunicazione digitale.
2. La tipologia degli studenti selezionati attraverso la valutazione comparativa dei titoli è apparsa adeguata al livello dell'offerta formativa; pertanto si ritiene che tale modalità sia valida e affidabile per rilevare i prerequisiti richiesti per l'accesso.
3. L'assegnazione di specifici obblighi formativi aggiuntivi è stata necessaria soprattutto rispetto a studenti provenienti da lauree umanistiche che non avevano acquisito nel corso di laurea competenze nell'area delle discipline comunicative, politologiche, economiche, statistico-metodologiche. I criteri messi in atto per il recupero crediti sono risultati sufficientemente adeguati rispetto a una proficua partecipazione degli studenti alle attività formative della LM.

B2.1: Progettazione del percorso formativo

1. Accanto a moduli che puntano su acquisizioni di tipo teorico- critico, sono presenti moduli a forte impianto laboratoriale che puntano a mettere in pratica le differenti dimensioni professionali. La presenza di competenze multidisciplinari in cui le scienze della comunicazione dialogano da un lato con le discipline ingegneristiche e informatiche, dall'altro con l'economia, il marketing e le discipline giuridiche assicura un approccio vasto e polivalente.
2. Il carico di lavoro per i singoli insegnamenti appare coerente con i crediti assegnati
4. Il CdM ha adottato il sistema di Ateneo delle schede di valutazione per la verifica della erogazione della didattica. La Commissione prende atto del processo di rinnovamento che ha interessato il percorso formativo sia per quel che riguarda la struttura e le modalità di erogazione dell'offerta formativa, in applicazione delle norme contenute nel D.M. 270/2004 e nei relativi decreti di accompagnamento. Tale processo, concluso entro l'A.A. 2010-2011, rappresenta una prosecuzione del percorso di riforma avviato nel 1999 con l'introduzione del cosiddetto "3+2", la cui attuazione è stata caratterizzata da elementi positivi, ma anche da alcune criticità.

Fra i meccanismi correttivi introdotti dalla normativa, recepite nella progettazione dell'offerta formativa del CdL a partire dal 2008-2009, le principali novità che hanno maggiore impatto percorso formativo sono :

- il tetto massimo di 12 esami, con cui si intende evitare la parcellizzazione degli insegnamenti che aveva caratterizzato l'applicazione del D.M. 509/1999 e che era stato considerato come elemento di criticità nel Rav dello scorso anno. L'obiettivo è stato perseguito anche favorendo prove di esame integrate per più insegnamenti o moduli coordinati;

- per le attività formative autonomamente scelte dallo studente, è stabilito, in sede di trasformazione del corso di studi in ordinamento 270, ad un numero minimo di 9 crediti in modo da ampliare le possibilità di scelta degli studenti, che possono fare riferimento anche ad altri insegnamenti attivati nell'ateneo;
- per favorire la mobilità degli studenti, i regolamenti didattici assicurano il riconoscimento del maggior numero possibile dei crediti già maturati dallo studente in altri atenei; nel caso in cui il trasferimento dello studente sia effettuato tra corsi di laurea appartenenti alla medesima classe, la quota di crediti relativi al medesimo settore scientifico-disciplinare riconosciuti non può essere inferiore al 50% di quelli già maturati.

La Commissione ritiene che gli insegnamenti previsti dal CdL siano coerenti e adeguati agli obiettivi formativi e di apprendimento. Particolarmente ricca e articolata si conferma, inoltre, l'offerta delle "altre attività formative" a scelta dello studente, ivi inclusa l'offerta di alcune scuole estive in Italia e all'estero, che concorrono a integrare la formazione delle competenze centrali per il corso, che riguardano in particolare l'uso delle nuove tecnologie, l'analisi della comunicazione, le competenze redazionali e giornalistiche, l'abilità di scrittura finalizzata alla produzione di testi per l'industria culturale, le competenze di produzione di prodotti multimediali, la ricerca supportata da strumenti e tecniche qualitative e quantitative per l'analisi critica delle dinamiche sociali che fungono da contesto dei processi comunicativi. In riferimento alle attività didattiche integrative, si segnalano inoltre i vantaggi derivanti dalle procedure automatizzate di gestione in un apposito spazio del sito di Facoltà, dove gli studenti possono accedere con *password* per richiedere crediti e verificare la propria posizione.

Per quanto riguarda la verifica che l'erogazione didattica avvenga secondo quanto pianificato e, dunque, coerentemente al calendario didattico, si segnala che il regolare utilizzo delle aule viene costantemente monitorato dalla Commissione Orari di Facoltà, per le diverse sedi di competenza.

Per quel che riguarda la coerenza del percorso formativo con i risultati di apprendimento attesi, nonostante il requisito non sia rilevabile per l'anno del corrente RAV, si segnala come, in vista della transizione ordinamentale ai sensi del D.M. 270/2004, e grazie alla manutenzione curriculare già operata sugli insegnamenti del primo anno, l'offerta formativa del Corso di Laurea risulti articolata in modo idoneo a favorire una formazione di base sul piano critico, tecnico e applicativo. Il progetto didattico è arricchito, in particolare, da numerose attività laboratoriali e da momenti formativi (legati agli esami curricolari e alla stessa prova finale) tesi a stimolare da parte degli studenti la scelta di personali percorsi di autoformazione e autoaggiornamento sui temi della comunicazione.

B2.2: Esami e metodi di verifica

L'accertamento delle coerenza fra le "domande e/o i temi delle prove di verifica" e il "programma effettivamente svolto" è stato demandato all'autonomia e alla competenza professionale delle singole commissioni d'esame, nel quadro del coordinamento e delle raccomandazioni generali espresse dal Consiglio di Facoltà e dalla specifica Area Didattica Integrata di riferimento.

La Commissione ritiene tuttavia auspicabile la prassi di un costante monitoraggio, da parte dei docenti, degli esiti delle prove di valutazione del proprio insegnamento, al fine di individuare e risolvere eventuali situazioni di criticità. Risulta particolarmente utile, a tal fine, l'adozione generalizzata del sistema Infostud, che potrebbe consentire ad ogni docente, ed eventualmente alla Facoltà, di ottenere, in automatico, statistiche sugli esiti delle prove.

Si ritiene tuttavia che le percentuali di promossi sugli iscritti a ciascun appello, desumibili dalle statistiche disponibili su Infostud, siano indicatori di scarsa affidabilità per monitorare la validità della valutazione degli apprendimenti. Un simile approccio, puramente quantitativo, non considera una delle variabili fondamentali che incidono sull'esito della prova d'esame, ossia la variabile "studente", il suo impegno individuale e il livello di preparazione raggiunto, che incidono sostanzialmente sul risultato. Adottare esclusivamente un indicatore di questo tipo significherebbe incoraggiare la pratica delle promozioni facili, con conseguenze deleterie sulla qualità dei corsi e dei laureati.

E' invece auspicabile consolidare l'attività di coordinamento fra insegnamenti affini, in relazione ai programmi, nonché i temi e le modalità di svolgimento delle prove di verifica, ritenuti più adatti a valutare l'apprendimento. A tal proposito la Commissione ritiene particolarmente proficuo il percorso già avviato, all'inizio dell'A.A. cui fa riferimento il presente Rav, nell'ambito dell'Area didattica di afferenza del CdL.

B3: Pianificazione e svolgimento del percorso formativo

L'articolazione del calendario delle lezioni risulta adeguata in termini di ore previste, di gradualità ai fini dell'apprendimento, nonché di accessibilità da parte degli studenti sia rispetto alle diverse sedi in cui si svolgono le lezioni, sia riguardo alla compatibilità della frequenza dei diversi insegnamenti nell'ambito dello stesso anno di corso. Essendo rispettato il principio della non sovrapposibilità, il calendario degli appelli risulta pienamente integrabile con quello delle lezioni, articolandosi in modo da consentire percorsi formativi regolari.

Per quel che concerne la prova finale, la Commissione ritiene che la scansione delle sessioni di laurea nell'arco dell'anno sia adeguata a consentire il conseguimento del titolo nei tempi previsti, nonché il proseguimento degli studi nell'ambito delle lauree specialistiche attivate presso la stessa Facoltà.

Esplicite e trasparenti risultano le modalità di assegnazione della prova finale, i requisiti che quest'ultima deve soddisfare, i criteri per l'attribuzione del voto finale, nonché quelli per la composizione delle commissioni di laurea. Si segnalano, inoltre, i vantaggi derivanti dall'automazione delle procedure di gestione della tesi sul sito di Facoltà, in un'apposita area personale fruibile da studenti e docenti.

Area C – RISORSE

Requisito per la Qualità C1 - Personale docente

C1. Personale docente

Anno	Insegnamento	Codice Insegnamento	SSD/i	CFU	Ore L	Ore E	Ore A	Docente responsabile	SSD/d	Qualifica	Tipologia copertura	Facoltà	Carico Didattico Complessivo (CFU)
1	A scelta dello studente	-		0	0	0	0						
1	CULTURE E INDUSTRIE DELLA TELEVISIONE - LABORATORIO SUI FORMATI E I GENERI TELEVISIVI	1020712	SPS/08	9	36	0	48	BUONANNO EMILIA	SPS/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	12
1	ECONOMIA DELL'AUDIOVISIVO E DEL MULTIMEDIALE	1020782	SECS-P/06	6	0	0	48	DEVESCOVI FRANCESCO	X	NDU	Contratto	scienze e della comunicazione	3
1	IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI RICERCA SUI MEDIA	1021280	SPS/07	6	0	0	48	MONTESPERELLI PAOLO	SPS/07	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	14
1	INTERNET STUDIES	1018904	SPS/08	6	0	0	48	COMUNELLO FRANCESCA	SPS/08	RU	Affidamento di incarico retribuito	scienze e della comunicazione	12
1	MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI STORIA E STRATEGIE DELLE INDUSTRIE CULTURALI	1020474	SPS/08	12	36	0	72	LEONZILI SILVIA	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	20
1	SISTEMI TECNOLOGICI E CONTENUTI PER TV DIGITALE E DISPOSITIVI MOBILI - LABORATORIO SULLA TV DIGITALE INTERATTIVA	1023766	SPS/08, ING-INF/05	9	36	0	48	MARINELLI ALBERTO	SPS/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	25
1	TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA ETNOGRAFICA APPLICATA	1020722	SPS/08	9	36	0	48	ANDOROMANA	SPS/08	RU	Affidamento di incarico retribuito	scienze e della comunicazione	11

	MEDIA										uito		
2	ANALISI DELLA MODA E DEGLI STILI	1022353	SPS/07	6	0	0	48	CAVALARO RENATO	SPS/07	PA	Carico didattico in sostituzione del titolare	scienze e della comunicazione	24
2	ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITA'	1022371	SPS/08	6	0	0	48	GIORDANO VALERIA	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	18
2	ARTI E MUSICA NELL'INDUSTRIA CULTURALE	1022354	L-ART/06	6	0	0	48						
2	CONTENUTI E MERCATI DELLA RADIOFONIA	1031472	L-ART/06	6	0	0	48	NATALI LUCIA ANNA	L-ART/06	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	12
2	GESTIONE E MARKETING IMPRESE MULTIMEDIALI	1021281	SECS-P/08	6	0	0	48	MATTI ACCI ALBERTO	SECS-P/08	PO	Carico didattico	scienze e della comunicazione	16
2	INGLESE APPLICATO A INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY	AAF1230		3	0	0	36	MATASSA FABIO GIUSEPPE	X	NDU	Contratto	scienze e della comunicazione	3
2	INTERFACCE, CONTENUTI E SERVIZI PER LE TECNOLOGIE INTERATTIVE - LABORATORIO DI INTERAZIONE UOMO - MACCHINA E USABILITA'	1023763	SPS/08,INF/01	9	36	0	48	MEDAGLIA CARLO MARIA	ING-INF/05	RU	Affidamento di incarico retribuito	scienze e della comunicazione	11
2	LABORATORIO DI MOBILE SERVICES E MULTICANALITA'	AAF1307		3	0	0	0	ROVELLI MASSIMO	X	NDU	Contratto	scienze e della comunicazione	3
2	PER STAGES E TIROCINI PRESSO IMPRESE, ENTI PUBBLICI O PRIVATI, ORDINI PROFESSIONALI	AAF1173		3	0	0	0						
2	PROVA FINALE	AAF1016		18	0	0	0						
2	REGOLAMENTAZIONE DELLE RETI, PRIVACY, TUTELA DELL'OPERA MULTIMEDIALE	1022621	IUS/09	6	0	0	48	MARSOCCHI PAOLA	IUS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	13
2	TEORIA E TECNICHE DELLA REGIA - LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CINEMATOGRAFICA	1023761	SPS/08,L-ART/06	9	36	0	48	FAENZA ROBERTO	SPS/08	PA	Carico didattico	scienze e della comunicazione	6

Per tutte le altre informazioni sui compiti didattici, i curriculum e le pubblicazioni dei docenti si rimanda al sito del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (www.coris.uniroma1.it) e alla banca dati U-Gov.

Requisito per la Qualità C2 - Infrastrutture

Si riporta di seguito l'elenco delle infrastrutture, tratto dal software gestionale delle aule (**AuleGest**), in dotazione presso la Presidenza: <<http://aulegest.uniroma1.it/aulegest1/fac13/home.php>>.

In particolare, si segnala che i prospetti seguenti integrano le dichiarazioni fornite dalla Presidenza di Facoltà nelle Rilevazioni annuali Nuclei 2007 e Nuclei 2008, disponibili fino all'A.A. 2006-2007 e per le quali si rinvia al sito <<http://www.anvur.org/?q=content/rilevazioni-annuali>>.

1. Aule disponibili per la didattica regolare - Denominazione e Localizzazione	C.A.P	Dotazione di apparecchiature e audiovisive	Disponibilità rete web	Capienza (N° posti)	USO ESCLUSIVO		Struttura responsabile della gestione
					SI	NO	
Sani 4 - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	180	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Sani 6 - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	70	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Sani9 - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	180	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Sani10 - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	97	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Sani 11 - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	97	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Sani Magna - Via Principe Amedeo 184	00185	si	no	350		x	Ex Facoltà di Studi Orientali
Aula B9 - Via Salaria 113	00198	si	si	50	x		Dipartimento di comunicazione ricerca sociale
Aula B10 - Via Salaria 113	00198	si	si	50	x		Dipartimento di comunicazione

Documentazione associata al Requisito C2**Aule**

							ricerca sociale
Aula Magna - Via Salaria 113	00198	si	si	135		x	Ex Facoltà di Sociologia
Sala Avila - Corso d'Italia 37a	00198	si	si	350		x	Ex Facoltà di Sociologia
Aula Blu 1 – Piazzale Aldo Moro 5	00198	si	no	250	x		Ex Facoltà di Scienze matematiche, fisiche e naturali
Aula Blu 3 – Piazzale Aldo Moro 5	00198	si	no	100	x		Ex Facoltà di Scienze matematiche, fisiche e naturali

Laboratori e aule informatiche

Laboratori informatici - Denominazione e Localizzazione	C.A.P	Numero postazioni in rete	Struttura responsabile della gestione	Ore di apertura settimanale	Mesi di utilizzo (nell'anno)
LabCom - Via Salaria 113	00198	16	Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale	60	11
TeleLab - Via Salaria 113	00198	12	Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale	40	11
RadioSapienza Lab	00198	8	Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale	40	11
Coris Lab	00198	22	Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale	45	11

Sale studio e biblioteche

Biblioteche e sale studio	SEDE	Capienza (N° posti)	Ore di apertura settimanale	Personale biblioteca disponibile	Servizi offerti	Disponibilità rete web	Dotazione di apparecchiature	Struttura responsabile della gestione
Biblioteca	Via Salaria 113 – piano terra	Posti di lettura: 20 in biblioteca, 40 in sala di lettura	Lunedì - h. 9.00 - h. 17.30 Venerdì: h. 9.00 - h. 15.00	Barbara Giacomelli Responsabile della biblioteca, 4 operatori più borsisti.	Prestito libri, ricerca bibliografica, accesso a banche dati. Numero dei volumi: 35.000, in SBN Numero periodici posseduti: 292, di cui 180 correnti, catalogato in SBN e in ACNP	Tutti gli utenti in possesso di un proprio PC portatile hanno la possibilità di collegarsi, presso la sala della Biblioteca, a Internet - rete scientifica per la consultazione on line del catalogo della Biblioteca, anche dal proprio computer.	Stazioni per la consultazione online dei cataloghi	Dipartimento di comunicazione e ricerca sociale

Requisito per la qualità C3 - Servizi di contesto

L'insieme delle attività di orientamento (in ingresso, *in itinere* e "avanzato") realizzate dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale ha previsto, nel corso dell'anno accademico 2010-2011, un'offerta mirata di iniziative a sostegno dei percorsi formativi e dell'inserimento professionale di laureandi e laureati in Comunicazione.

Si riporta, di seguito, il riepilogo sintetico delle attività di orientamento e accompagnamento al lavoro realizzate nell'anno accademico 2010-2011, per il cui dettaglio si rinvia al sito istituzionale www.coris.uniroma1.it.

Gruppo di lavoro "Orientamento per gli studenti e sito Internet"

In raccordo con gli orientamenti espressi dall'Ateneo Sapienza e dalla Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, lo specifico Gruppo di Lavoro *Orientamento per gli studenti e sito Internet* attivato dal Dipartimento ha supervisionato la definizione delle linee guida per le attività di orientamento e accompagnamento al lavoro a supporto dell'offerta formativa in Comunicazione.

Eventi e incontri di orientamento

Nel mese di aprile 2011, il Dipartimento ha organizzato un **incontro di orientamento in sede rivolto alle scuole secondarie superiori**. Nel mese di settembre, è stato quindi organizzato un **evento di accoglienza** per fornire informazioni sull'offerta formativa (triennale e magistrale) e sui requisiti di ammissione.

I Corsi di laurea in Comunicazione hanno preso parte con uno stand e un apposito evento informativo nell'**annuale manifestazione di orientamento di Ateneo Porte Aperte alla Sapienza**, tenutasi nelle giornate del 19-21 luglio presso la Città Universitaria.

Sportello SOrT – Servizio Orientamento e Tutorato

Per l'intero anno accademico è stato attivo presso la sede centrale di via Salaria l'apposito Sportello SOrT – *Servizio Orientamento e Tutorato*.

Lo Sportello, gestito da 5 studenti vincitori di borse di collaborazione d'Ateneo, ha offerto un quotidiano servizio informativo a potenziali matricole, iscritti e laureati, fornendo le informazioni di base su articolazione degli ordinamenti didattici, procedure amministrative, servizi e recapiti utili.

Manifesto degli Studi e brochure informativa

L'annuale **guida dello studente**, contenente il dettaglio dell'offerta formativa (triennale, magistrale e *post lauream*) e stampata in 1100 copie, è stata distribuita in occasione della manifestazione di orientamento *Porte Aperte alla Sapienza* e, per l'intero corso dell'anno accademico, presso lo Sportello SOrT e le librerie universitarie. Il *Manifesto degli Studi* è inoltre integralmente scaricabile, in versione elettronica, dal sito istituzionale <www.coris.uniroma1.it>.

Il *Manifesto degli Studi* è integrato dalla realizzazione di una **brochure di presentazione dell'offerta formativa**, realizzata in occasione della manifestazione di orientamento *Porte Aperte alla Sapienza* e diffusa sia *on line* che in occasione di eventi di settore.

Risorse web

Le attività di orientamento ai Corsi di area Comunicazione sono presenti sia sul **sito istituzionale del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale** <www.coris.uniroma1.it> nell'apposito spazio web "Strumenti per orientarsi", sia sulla **piattaforma multimediale Sapienza in Rete**

<<http://siorienta.cabi.uniroma1.it/sapienzainrete/>>, che rappresenta un punto di contatto con le scuole secondarie superiori.

Attraverso la compilazione di un apposito *form* sul sito di Dipartimento, fra luglio e dicembre le aspiranti matricole hanno potuto iscriversi a un'apposita **Newsletter Matricole**, contenente tutte le informazioni sulle procedure di immatricolazione e di accesso, insieme alla segnalazione di eventi e iniziative di orientamento promossi nel periodo precedente le iscrizioni.

Oltre alle informazioni sui servizi di orientamento e tutorato predisposti a sostegno dell'offerta formativa, il sito di Dipartimento consente la consultazione interattiva dei Regolamenti didattici dei Corsi di laurea e delle Bacheche elettroniche relative ai singoli insegnamenti.

VideOrientamento per le Facoltà della Sapienza

Nel 2011 il Dipartimento ha coordinato la realizzazione del progetto di *VideOrientamento* per le 11 Facoltà della Sapienza, portando avanti la collaborazione avviata con l'Ateneo già nel 2008.

Il progetto, promosso dalla Commissione Orientamento, Tutorato e Placement d'Ateneo (COA) e realizzato dal *MediaLab - Laboratorio di arti visive e produzione multimediale* di Dipartimento, ha puntato alla realizzazione di *clip* multimediali di presentazione dell'offerta formativa nei diversi ambiti disciplinari.

Accompagnamento al lavoro

Nel corso dell'a.a. 2010-2011, il Dipartimento ha portato avanti il potenziamento delle attività di orientamento e accompagnamento al lavoro rivolte a laureandi e laureati in Comunicazione, in collegamento con il **Sistema di Orientamento Universitario al Lavoro – SOUL**.

Le prospettive occupazionali dei laureati in Comunicazione sono state monitorate dall'Osservatorio *Unimonitor.com*, attivo dal 1997, il quale rappresenta un costante servizio informativo per il Dipartimento, presente anche sul web all'indirizzo <www.unimonitor.it>.

All'orientamento professionale e "avanzato" sono stati dedicati, in particolare, gli incontri del **Laboratorio tesi di laurea e orientamento al lavoro**, obbligatorio per gli studenti di tutti i Corsi di laurea magistrale. Il ciclo di incontri punta a offrire i principali strumenti teorici, metodologici e tecnici necessari alla stesura degli elaborati di laurea nei diversi ordinamenti e all'accompagnamento professionale al lavoro.

Nel corso dell'a.a. 2010-2011, il Dipartimento ha inoltre attivato un **university blog di raccordo con imprese e professionisti**: il progetto *Bridge[dot]com* <www.bridgedotcom.net>, finalizzato a creare un sistema di coordinamento e valorizzazione di *project works* pluridisciplinari, configurandoli come strumenti di contatto con il mondo del lavoro.

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

Organizzazione del servizio

La mobilità internazionale degli studenti è stata assicurata attraverso tre principali linee di azione:

- a) Programma Erasmus (mobilità europea);
- b) Borse per la mobilità studenti verso Paesi extraeuropei;
- c) Borse di studio per tesi all'estero.

Lo svolgimento delle procedure amministrative è stato garantito dall'ufficio Erasmus per il punto a), e dalla segreteria didattica per i punti b) e c).

L'attività di orientamento, tutoraggio e selezione delle candidature Erasmus è stata svolta dal Responsabile scientifico Erasmus dei Corsi di Laurea in Comunicazione della ex Facoltà di Scienze della Comunicazione (oggi Scienze politiche Sociologia, Comunicazione) di concerto con i promotori dei singoli accordi.

La gestione dello sportello Erasmus ha impiegato per ciascuno degli anni accademici considerati (2009-'10 e 2010-'11) 2 borsisti e 4 Tutor esclusivamente per l'a.a. 2009-10.

Una specifica commissione nominata dal Consiglio di facoltà si è invece occupata della selezione delle candidature sia per le borse di studio extraeuropee sia per le borse di studio per tesi all'estero.

A1) Programma Erasmus

1. Predisposizione dell'offerta Erasmus 2009-10 e 2010-11

A partire dal mese di settembre del 2008 per l'anno accademico 2009-10 e 2009 per quello 2010-11 si è proceduto al monitoraggio dell'offerta didattica delle sedi partner e alla valutazione delle nuove proposte di accordo avanzate da docenti interni e ricevute da altre sedi europee, al fine di definire le condizioni della mobilità studenti per gli anni accademici in questione.

In tale fase si è sempre tenuto conto anche dei pareri espressi dagli studenti outgoing nei precedenti aa.aa., nonché delle eventuali disfunzionalità emerse nei rapporti con le sedi partner.

Su questa base sono state apportate alcune modifiche sia nel 2009-10 che nel 2010-11.

In molti casi – soprattutto nell'anno accademico 2010-11 – è stata aggiunta la mobilità studenti sul livello 3 (Dottorato di ricerca), accogliendo una sollecitazione del nostro Ateneo. Sono state altresì ricalibrate le durate della mobilità outgoing rispetto ai reali calendari accademici di ciascuna università partner e in alcuni casi è stata mantenuta la mobilità incoming, ma è stata eliminata quella outgoing in quanto ritenuta inefficace.

Più in particolare, nel 2009-10 sono stati aggiunti 8 nuovi accordi (Frankfurt/Main, Barcelona, Madrid, Zaragoza, Malaga, Covilha, Lisboa), 4 sono stati potenziati (Louvain, Berlin, München, Madrid), 5 (Granada, Valladolid, Paris, Atene, Ljubljana) sono stati sospesi, perché l'offerta formativa non è stata ritenuta sufficientemente omogenea ai percorsi di studio della Facoltà.

Mentre nel 2010-11 sono stati aggiunti 9 accordi (Gent, Bamberg, Murcia, Valladolid, Vilnius, Coimbra, Wrocław, Ljubljana, Ankara, Istanbul), 1 è stato potenziato (Louvain), 1 sospeso (Lisboa) e per 1 è stata limitata l'area di scambio (München).

Come negli anni precedenti, purtroppo non è stato possibile attivare accordi con la Gran Bretagna.

Al termine di questa fase di programmazione sono risultati attivi, per il 2009-10, 35 accordi per un totale di 104 posti disponibili (5 in più rispetto all'anno precedente), mentre per il 2010-11 sono risultati attivi 44 accordi per un totale di 115 posti disponibili (11 in più rispetto all'anno precedente).

o *Elenco degli accordi operativi nel 2009-10*

ISO	Codice ist.	Nome istituzione	Codice area	Nome area	Nazione	Borse Disponibili	Durata out	Livello
AT	A WELS01	UPPER AUSTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAGENBERG CAMPUS	11.3	Informatics, Computer Science	AUSTRIA	2	10	1, 2
AT	A WIEN01	UNIVERSITÄT WIEN	15.0	Communication and Information Sciences	AUSTRIA	3	6	2
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	15.0	Communication and Information Sciences	BELGIO	5	5	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	09.0	Languages and Philological Sciences	BELGIO	2	6	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	08.9	Others Humanities	GERMANIA	2	9	1, 2
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	15.0	Communication and Information Sciences	GERMANIA	1	9	1, 2, 3
DE	D FRANKFU01	JOHANN WOLFGANG GOETHE UNIVERSITÄT	14.7	Anthropology	GERMANIA	2	5	1, 2
DE	D LUNEBUR01	UNIVERSITÄT LÜNEBURG	15.0	Communication and Information Sciences	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D MUNCHEN01	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	14.2	Sociology	GERMANIA	2	6	1

DE	D MUNCHEN01	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	08.9	Others Humanities	GERMANIA	3	6	1, 2, 3
DE	D MUNCHEN01	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	15.0	Communication and Information Sciences	GERMANIA	2	5	1, 2
ES	E BARCELO02	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E BILBAO01	UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	3	5	1
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	14.0	Social Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	5	6	1, 2
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1
ES	E MADRID14	UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID	15.1	Journalism	SPAGNA	3	6	1, 2
ES	E MALAGA01	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E SALAMAN01	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	6	9	1
ES	E VALENCI01	UNIVERSIDAD DE VALENCIA	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	3	6	2
ES	E VIGO01	UNIVERSIDAD DE VIGO	15.0	Communication and Information Sciences	SPAGNA	2	9	1
ES	E ZARAGOZ07	UNIVERSIDAD SAN JORGE	15.0	Communication and Information Sciences	ES	2	6	1, 2
FR	F PARIS001	UNIVERSITÉ PANTHEON-SORBONNE (PARIS I)	08.3	History	FRANCIA	3	4	2, 3
FR	F PARIS002	UNIVERSITE PANTHÉON-ASSAS PARIS II	15.0	Communication and Information Sciences	FRANCIA	4	6	1, 2, 3
FR	F PARIS005	UNIVERSITÉ PARIS DESCARTES	14.2	Sociology	FRANCIA	10	6	1, 2, 3
FR	F PARIS008	UNIVERSITE DE VINCENNES - SAINT DENIS (PARIS VIII)	15.0	Communication and Information Sciences	FRANCIA	2	5	1, 2, 3
PT	P COVILHA01	UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	3	10	1, 2
PT	P LISBOA01	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	3	5	1
PT	P LISBOA05	INSTITUTO POLITECNICO DE LISBOA	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	2	6	1
PT	P LISBOA11	UNIVERSIDADE AUTONOMA DE LISBOA	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	2	6	1, 2
PT	P LISBOA14	INSTITUTO DE NOVAS PROFISSOES	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	2	5	1, 2
PT	P PORTO02	UNIVERSIDADE DO PORTO	15.0	Communication and Information Sciences	PORTOGALLO	4	6	1, 2

PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	14.0	Social Sciences	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	15.0	Communication and Information Sciences	POLONIA	4	5	1, 2, 3
FI	SF TAMPERE01	TAMPEREEN YLIOPISTO	14.0	Social Sciences	FINLANDIA	3	5	1, 2

o *Elenco degli accordi operativi nel 2010-11*

ISO	Codice ist.	Nome istituzione	Codice area	Nome area	Nazione	Borse Disponibili	Durata out	Livello
AT	A WELS01	UPPER AUSTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAGENBERG CAMPUS	48	Computing ERA-11.3	AUSTRIA	2	6	1, 2, 3
AT	A WIEN01	UNIVERSITÄT WIEN	32	Journalism and information ERA-15.0	AUSTRIA	2	6	1, 2, 3
BE	B GENT01	UNIVERSITEIT GENT	32	Journalism and information ERA-15.0	BELGIO	2	6	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	32	Journalism and information ERA-15.0	BELGIO	5	5	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	222	Languages and Philological Sciences ERA-09.0	BELGIO	2	5	1, 2, 3
DE	D BAMBERG01	OTTO-FRIEDRICH-UNIVERSITÄT BAMBERG	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	5	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	1	6	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	08.9	Others Humanities	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D FRANKFU01	JOHANN WOLFGANG GOETHE UNIVERSITÄT	317	Anthropology ERA-14.7	GERMANIA	2	5	1, 2
DE	D LUNEBUR01	UNIVERSITÄT LÜNEBURG	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D MUNCHEN01	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	5	1, 2
DE	D MUNCHEN01	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	312	Sociology and cultural studies ERA-14.2	GERMANIA	2	6	1
ES	E BARCELO02	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E BILBAO01	UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	3	5	1
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	5	6	1, 2, 3
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID	32	Journalism and information	SPAGNA	2	6	1, 2

				ERA-15.0				
ES	E MADRID14	UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID	321	Journalism and reporting ERA-15.1	SPAGNA	3	5	1, 2, 3
ES	E MALAGA01	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	5	1, 2, 3
ES	E MURCIA01	UNIVERSIDAD DE MURCIA	321	Journalism and reporting ERA-15.1	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E SALAMAN01	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	6	6	1
ES	E VALENCI01	UNIVERSIDAD DE VALENCIA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	3	6	1, 2, 3
ES	E VALLADO03	UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES (U.E.M.C.)	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1
ES	E VIGO01	UNIVERSIDAD DE VIGO	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	5	1, 2, 3
ES	E ZARAGOZ07	UNIVERSIDAD SAN JORGE	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1, 2
FR	F PARIS001	UNIVERSITÉ PANTHEON-SORBONNE (PARIS I)	224	History, philosophy and related subjects ERA-08.3	FRANCIA	3	4	2, 3
FR	F PARIS002	UNIVERSITE PANTHÉON-ASSAS PARIS II	32	Journalism and information ERA-15.0	FRANCIA	4	5	1, 2, 3
FR	F PARIS005	UNIVERSITÉ PARIS DESCARTES	312	Sociology and cultural studies ERA-14.2	FRANCIA	5	6	1, 2, 3
FR	F PARIS008	UNIVERSITE DE VINCENNES - SAINT DENIS (PARIS VIII)	32	Journalism and information ERA-15.0	FRANCIA	2	5	1, 2, 3
LT	LT VILNIUS02	VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS (VGTU)	340	Business and administration (broad programmes) ERA-04.0	LITUANIA	2	6	1, 2, 3
PT	P COIMBRA02	INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	2	5	1
PT	P COVILHA01	UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	3	6	1, 2, 3
PT	P LISBOA01	UNIVERSIDADE CATOLICA PORTUGUESA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	3	5	1, 2, 3
PT	P LISBOA05	INSTITUTO POLITECNICO DE LISBOA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	2	6	1, 2, 3
PT	P LISBOA11	UNIVERSIDADE AUTONOMA DE LISBOA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	2	6	1, 2, 3
PT	P PORTO02	UNIVERSIDADE DO PORTO	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALLO	4	6	1, 2

PL	PL KRAKOW01	UNIwersytet Jagielloński	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL KRAKOW01	UNIwersytet Jagielloński	32	Journalism and information ERA-15.0	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL WROCLAW13	WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA "EDUKACJA"	32	Journalism and information ERA-15.0	POLONIA	2	5	1, 2
FI	SF TAMPERE01	TAMPEREEN YLIOPISTO	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	FINLANDIA	3	5	1, 2
SI	SI LJUBLJA01	UNIVERZA V LJUBLJANI	32	Journalism and information ERA-15.0	SLOVENIA	2	6	1, 2
TR	TR ANKARA03	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ	32	Journalism and information ERA-15.0	TURCHIA	3	6	1, 2, 3
TR	TR ISTANBU21	YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	15.9	Others Communication and Information Sciences	TURCHIA	2	5	1, 2, 3

2. Pubblicazione del bando e attività di orientamento per le candidature

Nell'anno accademico 2009-10, il bando è stato pubblicato sul sito di facoltà (<http://www.comunicazione.uniroma1.it/erasmus>) ed alla pagina Erasmus di ateneo, il 18 febbraio 2009 (con scadenza 18 marzo 2009).

Nell'anno accademico 2010-11 sono stati pubblicati 2 bandi di candidatura sul sito della Facoltà (<http://www.comunicazione.uniroma1.it/erasmus>) e alla pagina Erasmus di ateneo, il primo in data 2 febbraio 2010 (con scadenza 28 febbraio 2010); il secondo in data 30 marzo 2010 (con scadenza 14 aprile 2010).

3. Criteri utilizzati ai fini dell'assegnazione delle borse

Un'apposita commissione (composta dal Responsabile Scientifico Erasmus di Facoltà, dai docenti promotori degli accordi, dal Responsabile Amministrativo Erasmus e da uno studente ex-borsista Erasmus, quale garante dei diritti degli studenti) ha valutato le candidature in base ai seguenti criteri:

- merito (crediti acquisiti/media dei voti);
- competenze linguistiche (l'assegnazione delle borse è stata subordinata alla dimostrazione di una buona conoscenza della lingua del Paese ospitante o, in alternativa, della lingua inglese, al fine di garantire una adeguata integrazione dello studente nelle attività didattiche dell'università ospitante);
- progetto di studio all'estero.

Ripartizione tra i corsi di Laurea attivi presso la facoltà. Nota: i numeri indicati tra parentesi si riferiscono ai crediti assegnati

2010-2011:

Scienze e tecnologie della comunicazione: 10 studenti

Madrid Complutense(12), Berlin(43), 2 studenti a Tampere (3;3), Lisboa Politecnico(15), 3 studenti a Salamanca(34;24;14), Valladolid(0), Krakow(12)

Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e le relazioni tra i popoli: 5 studenti
2 studenti a Louvain (0;3), Madrid Carlos III(18), Porto(4), Krakow(4)

Scienze della comunicazione pubblica e organizzativa: 5 studenti
Murcia(4), 2 Salamanca(65;15;), Madrid Complutense(24), Berlin(40)

Comunicazione pubblica e d'impresa: 1 studente
Salamanca(50)

Cooperazione internazionale e sviluppo: 3 studenti
Porto(30), 2 studenti ad Ankara(9;9)

LS

Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo: 1 studente
Vigo(18)

Comunicazione d'impresa 7 studenti
Barcelona Autonoma(18), Murcia(27), Krakow(57), Zaragoza(12), Malaga(9), Porto(66),
Valencia(18)

Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale 3 studenti
Bilbao(9), Istanbul(12), Paris 8(0)

LM

Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione: 5 studenti
Ljubljana(18), 2 studenti a Paris 2(15;48), Zaragoza(0), Bilbao(21)

Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale: 5 studenti
2 studenti a Paris 1(27;18), Vigo(48), 2 studenti a Lisboa Catolica(27;18)

Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa: 7 studenti
Gent (6), 2 Madrid Carlos III(48;9), Madrid Complutense(27), Valencia(18), Malaga(9), Lisboa
Autonoma(21)

Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit: 3 studenti
Lisboa Catolica(18), Paris 2(12), Istanbul(12)

Industria culturale e comunicazione digitale: 6 studenti
Paris 2(15), Tampere (12), 4 studenti a Madrid Complutense(15;15;15;0)

2009-10:

Lauree triennali

Scienze e tecnologie della comunicazione: 7 studenti

Krakow(27), Malaga(16), Salamanca(47), Barcelona Autonoma(21),2 Madrid Carlos III(54;35), Bilbao(16)

Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e le relazioni tra i popoli: 7 studenti

Salamanca(12),2 Louvain(16;8), Muenchen(32), Paris 8(12), Tampere(18), Lisboa Catolica(24)

Scienze della comunicazione pubblica e organizzativa: 5 studenti

Madrid Complutense(20), 2 Salamanca(52;9), Louvain(4), Porto(8)

LS Tot 45

Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo 21 studenti

Hagenberg(12), 4 Madrid Complutense(18;16;0;9), 5 Krakow(11;17;16;24;10), Salamanca(18), Malaga(15), Berlin(12), 2 Paris 2(11;15), Vigo(21), Louvain(5), 2 Valencia(39;30), Porto(27), Barcelona autonoma(15)

Comunicazione d'impresa 11 studenti

2 Lisboa Autonoma(37;20), Zaragoza(27), Hagenberg(27), Krakow(22), Madrid Complutense(24), 2 Lisboa Politecnico(20;26), Tampere(18), Salamanca(21), Vigo(18)

Teorie della comunicazione e ricerca applicata 3 studenti

Bilbao(30), Louvain(9), Paris 2(12)

Innovazione e sviluppo 6 studenti

2 Madrid Complutense(25;36), 2 Paris 1(0;18), Bilbao(26), Louvain(33)

Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale 4 studenti

Valencia(9), Tampere(0), 1 Madrid Complutense(0), Madrid Carlos III (9)

Dottorato Teoria e ricerca sociale 1 studente

Krakow

Prima della partenza tutti i vincitori di borsa hanno concordato individualmente con il Responsabile scientifico Erasmus il proprio piano di studio, al fine di garantire il riconoscimento delle attività svolte all'estero.

4. Attività di accoglienza di studenti stranieri

Nel corso del 2009-10, nell'ambito del programma di scambio Erasmus, sono stati ospiti della facoltà 55 studenti stranieri (dati disponibili sul sito Erasmus di Ateneo http://151.100.101.75/so2006_sapienza/login.aspx). Un incontro di orientamento per gli studenti *incoming* è stato organizzato all'inizio dell'a.a. (30 settembre 2009).

Diversamente, nell'anno accademico 2010-11, nell'ambito del programma di scambio Erasmus, sono stati ospiti della facoltà **61** studenti stranieri (dati disponibili sul sito Erasmus di Ateneo http://151.100.101.75/so2006_sapienza/login.aspx).

A2) Erasmus Placement 2009-10

Per il 2009-10 la ex Facoltà di Scienze della Comunicazione ha gestito direttamente anche l'assegnazione di 2 borse Erasmus Placement (ciascuna di 4 mesi): 1 per Parigi presso *Eranos – Société d'études* e 1 per Vigo presso *Merkley Gabinete de comunicaci3n y arte*.

Il bando è stato pubblicato sui siti www.uniroma1.it/studenti/europrog/erasmus/smplacement.php e www.comunicazione.uniroma1.it/eraasmus/home.asp in data 26 novembre 2009 (con scadenza 10 gennaio 2010). Sono pervenute 2 domande per Parigi ed 1 per Vigo.

Le borse sono state assegnate a studenti iscritti ai seguenti corsi di laurea:

Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale (Vigo)

Comunicazione d'impresa (Parigi).

Nel successivo anno accademico (2010-11), non si è ritenuto opportuno bandire posti per l'Erasmus Placement a causa di una certa difficoltà nell'individuazione di partner adeguati all'offerta formativa degli studenti dei CdL in comunicazione.

B) Borse di mobilità presso Università extraeuropee

Nel corso dell'a.a. 2010/2011 è stato indetto un bando per l'attribuzione di n. 8 borse di studio dell'importo di € 2.100,00 (netti) per la frequenza di corsi e lo svolgimento di prove di esame previste a conclusione dei corsi frequentati e/o per svolgere attività di ricerca e di studio finalizzata all'elaborazione di una tesi. Le borse sono state assegnate presso le seguenti sedi di Università extra europee:

- n. 2 borse per l'Università di Santiago de Cali, Colombia
- n. 2 borsa per l'Università di El Colef, Messico
- n. 2 borse per l'Università di Ziguinchor, Senegal
- n. 2 borse per l'Università di São Paulo, Brasile

Il bando era rivolto agli iscritti al I o al II anno di un corso di laurea magistrale/specialistica e ai dottorandi nel caso dell'Università "El Colegio de la Frontera Norte – COLEFF" (Messico).

Il Bando, i verbali di assegnazione delle borse e le relative informazione aggiuntive sono stati pubblicati sul sito di Dipartimento ai seguenti link:

<http://www.coris.uniroma1.it/testonews.asp?id=4634>

<http://www.coris.uniroma1.it/testonews.asp?id=4829>

Le candidature sono state analizzate da un'apposita commissione (composta dal docente Responsabile Scientifico dell'accordo, da un altro docente e dal Responsabile Amministrativo degli Accordi bilaterali internazionali).

I criteri seguiti per la selezione del vincitore sono stati anche in questo caso:

- merito (crediti acquisiti/media dei voti);
- competenze linguistiche (relative alla lingua parlata nel Paese ospitante);
- progetto di studio.

Nel corso del precedente anno accademico (2009/2010) sono stati, invece, indetti tre bandi per l'attribuzione di n. 7 borse di studio dell'importo di € 2.100,00 (netti) per la frequenza di corsi e lo svolgimento di prove di esame previste a conclusione dei corsi frequentati e/o per svolgere attività di ricerca e di studio finalizzata all'elaborazione di una tesi. Le borse sono state assegnate presso le seguenti sedi di Università extra europee:

- n. 2 borse per l'Università di Santiago de Cali, Colombia
- n. 4 borse per l'Università di Ziguinchor, Senegal
- n. 1 borse per l'Università di São Paulo, Brasile

Il bando è rivolto agli iscritti al I o al II anno di un corso di laurea magistrale/specialistica e ai dottorandi nel caso dell'Università "El Colegio de la Frontera Norte – COLEFF" (Messico).

Rispetto a questa procedura, non è possibile fornire i link al bando e ai verbali di assegnazione in quanto il vecchio sito della Facoltà di Scienze della Comunicazione non è più online.

Le candidature sono state esaminate da un'apposita commissione (composta dal docente Responsabile Scientifico dell'accordo, da un altro docente e dal Responsabile Amministrativo degli Accordi Bilaterali Internazionali). I criteri seguiti per la selezione del vincitore sono stati anche in questo caso:

- merito (crediti acquisiti/media dei voti);

- competenze linguistiche (relative alla lingua parlata nel Paese ospitante);
- progetto di studio.

C) Borse di studio per Tesi all'estero

Nel corso dell'a.a. 2010-11 gli studenti laureandi che hanno usufruito di borsa di studio per Paesi europei ed extraeuropei finalizzata a ricerche per la tesi sono stati 6.

Le borse erano riservate a studenti dei Corsi di Laurea magistrale/specialistica, secondo la seguente ripartizione:

- n.ro 2 per Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa - Comunicazione d'impresa;
- n.ro 2 per Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; curriculum Editoria, giornalismo e uffici stampa;
- n.ro 1 per Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit - Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale;
- n.ro 1 per Industria culturale e comunicazione digitale - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; curriculum Industrie culturali e comunicazione

Il bando è stato pubblicato sul sito del Dipartimento al seguente link:

<http://www.coris.uniroma1.it/testonews.asp?id=5291>

Non ci sono state candidature per i posti attribuiti a Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione, pertanto le borse rimaste scoperte sono state riassegnate ai CdS in Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa e Industria culturale e comunicazione digitale.

Questa la distribuzione definitiva delle borse tra i diversi Corsi di Laurea:

- n.ro 3 per Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa – Comunicazione d'impresa;
- n.ro 2 per Industria culturale e comunicazione digitale
- n.ro 1 per Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit

Un'apposita commissione, nominata dal Consiglio di Facoltà, ha valutato le candidature in base al merito (crediti acquisiti/media dei voti).

Nel precedente anno accademico (**2009-10**) gli studenti laureandi che hanno usufruito di borsa di studio per Paesi europei ed extraeuropei finalizzata a ricerche per la tesi sono stati 8.

Le borse erano riservate a studenti dei Corsi di Laurea magistrale/specialistica, secondo la seguente ripartizione:

- n.ro 1 per Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa - Comunicazione d'impresa
- n.ro 1 per Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit - Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale;
- n.ro 1 per Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; curriculum Editoria, giornalismo e uffici stampa;
- n.ro 1 per Industria culturale e comunicazione digitale - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; curriculum Industrie culturali e comunicazione digitale;
- n.ro 1 per Teorie della comunicazione e ricerca applicata ai media;
- n.ro 3 per Innovazione e Sviluppo (ordinamento 509).

Nell'anno accademico in questione è stato necessario indire 2 bandi in quanto in prima istanza sono pervenute solo 6 domande a fronte delle 8 borse messe a concorso; ciò ha permesso quindi la copertura totale delle borse disponibili. I bandi sono stati pubblicati sul sito del Dipartimento ai seguenti link:

<http://www.coris.uniroma1.it/testonews.asp?id=4098>

<http://www.coris.uniroma1.it/testonews.asp?id=4406>

Questa la distribuzione definitiva delle borse tra i diversi Corsi di Laurea:

- n.ro 4 per Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa - Comunicazione

- d'impresa;
- n.ro 1 per Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione - Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo; curriculum Editoria, giornalismo e uffici stampa;
- n.ro 1 per Innovazione e Sviluppo;
- n.ro 2 per Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit - Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale.

Bando Erasmus Placement 2009-10

- Data di pubblicazione: 26 novembre 2009. Scadenza 10 gennaio 2010
- Domande di candidatura: 2 (Parigi), 1 (Vigo)
- Numero borse disponibili: 2 (1 Parigi, 1 Vigo)
- Assegnatari: 2 (Vigo: da LS Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale. Parigi: da LS Comunicazione d'impresa)
- Destinazioni: Vigo, Parigi
- Periodo di fruizione della borsa: 4 mesi, per ciascuna borsa, fruibili tra febbraio e settembre 2010
-

Bando Erasmus per motivi di studio 2009-10

- Outgoing
- Data di pubblicazione: 18 febbraio 2009. Scadenza 18 marzo 2009
- Domande di candidatura: 91
- Assegnatari: 71
- Rinunce: 6
- Partiti: 65

BORSE	Austria	Belgio	Finlandia	Francia	Germania	Polonia	Portogallo	Sloveni a	Spagn a	Svizzer a	Turchia	Rep. Ceca	Total e
Out	5	7	3	19	14	8	16		32				104
Out fruite	2	6	3	6	2	8	7		31				65
In	5	12	3	13	13	10	15	2	26	2	2	1	104
In fruite	3	4	2	1	8	1	9	1	24	1		1	55

- Utilizzo borse per provenienza da corso di laurea:
- *Triennale*
- Scienze e tecnologie della comunicazione 7
- Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e le relazioni tra i popoli 7
- Scienze della comunicazione pubblica e organizzativa 5
- *Specialistica*
- Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo 21
- Comunicazione d'impresa 11
- Teorie della comunicazione e ricerca applicata 3
- Innovazione e sviluppo 6
- Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale 4
- *Dottorato di ricerca*
- Teoria e ricerca sociale 1
-
- *Sportello Erasmus*
- Borsisti: 2
-
- *Giornata di accoglienza incoming:*
30 settembre 2009 - ore 15.00 - Centro Congressi di Via Salaria

Accordi Bilaterali stipulati nel 2008 e utilizzati nel bando per l' A.A.2009-10

IS O	Codice ist.	Nome istituzione	Cognome docente	Nome docente	Codic e area	Nome area	Nazione	Borse Disponibil i	Durat a out	Livell o
AT	A WELS01	UPPER AUSTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAGENBERG CAMPUS	MEDAGLIA	Carlo Maria	11.3	Informatics, Computer Science	AUSTRIA	2	10	1, 2
AT	A WIEN01	UNIVERSITÄT WIEN	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	AUSTRIA	3	6	2
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	BELGIO	5	5	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	PEZZINI	ISABELLA	09.0	Languages and Philological Sciences	BELGIO	2	6	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT- UNIVERSITÄT ZU BERLIN	TANI	ILARIA	08.9	Others Humanities	GERMANIA	2	9	1, 2
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT- UNIVERSITÄT ZU BERLIN	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	GERMANIA	1	9	1, 2, 3
DE	D FRANKFU01	JOHANN WOLFGANG	BECHTLE	GUNTER	14.7	Anthropology	GERMANIA	2	5	1, 2

		GOETHE UNIVERSITÄT								
DE	D LUNEBUR01	UNIVERSITÄT LÜNEBURG	CILENTO	MARCO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D MUNCHENO 1	LUDWIG- MAXIMILIANS -UNIVERSITÄT MÜNCHEN	BECHTLE	GUNTER	14.2	Sociology	GERMANIA	2	6	1
DE	D MUNCHENO 1	LUDWIG- MAXIMILIANS -UNIVERSITÄT MÜNCHEN	TANI	ILARIA	08.9	Others Humanities	GERMANIA	3	6	1, 2, 3
DE	D MUNCHENO 1	LUDWIG- MAXIMILIANS -UNIVERSITÄT MÜNCHEN	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	GERMANIA	2	5	1, 2
ES	E BARCELO02	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	GIANTURCO	GIOVANNA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E BILBAO01	UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	3	5	1
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	GIANTURCO	GIOVANNA	14.0	Social Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	5	6	1, 2
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1
ES	E MADRID14	UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID	GIANTURCO	GIOVANNA	15.1	Journalism	SPAGNA	3	6	1, 2
ES	E MALAGA01	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E SALAMAN01	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	MAZZARA	BRUNO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	6	9	1
ES	E VALENCI01	UNIVERSIDAD DE VALENCIA	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	3	6	2
ES	E VIGO01	UNIVERSIDAD DE VIGO	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	SPAGNA	2	9	1

ES	E ZARAGOZ07	UNIVERSIDAD SAN JORGE	GIANTURCO	GIOVANNA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	ES	2	6	1, 2
FR	F PARIS001	UNIVERSITÉ PANTHEON- SORBONNE (PARIS I)	Piga	Adriana	08.3	History	FRANCIA	3	4	2, 3
FR	F PARIS002	UNIVERSITE PANTHÉON- ASSAS PARIS II	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	FRANCIA	4	6	1, 2, 3
FR	F PARIS005	UNIVERSITÉ PARIS DESCARTES	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	14.2	Sociology	FRANCIA	10	6	1, 2, 3
FR	F PARIS008	UNIVERSITE DE VINCENNES - SAINT DENIS (PARIS VIII)	PEZZINI	ISABELLA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	FRANCIA	2	5	1, 2, 3
PT	P COVILHA01	UNIVERSIDAD E DA BEIRA INTERIOR	TANI	ILARIA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	3	10	1, 2
PT	P LISBOA01	UNIVERSIDAD E CATOLICA PORTUGUESA	CANEVACCI	MASSIMO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	3	5	1
PT	P LISBOA05	INSTITUTO POLITECNICO DE LISBOA	CANEVACCI	MASSIMO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	2	6	1
PT	P LISBOA11	UNIVERSIDAD E AUTONOMA DE LISBOA	CANEVACCI	MASSIMO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	2	6	1, 2
PT	P LISBOA14	INSTITUTO DE NOVAS PROFISSOES	CANEVACCI	MASSIMO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	2	5	1, 2
PT	P PORTO02	UNIVERSIDAD E DO PORTO	CANEVACCI	MASSIMO	15.0	Communicatio n and Information Sciences	PORTOGALL O	4	6	1, 2
PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	14.0	Social Sciences	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	15.0	Communicatio n and Information Sciences	POLONIA	4	5	1, 2, 3
FI	SF TAMPERE01	TAMPEREEN YLIOPISTO	MACIOTI	MARIA IMMACOLA TA	14.0	Social Sciences	FINLANDIA	3	5	1, 2

Bando Erasmus per motivi di studio 2010-11

Outgoing

Data di pubblicazione **1° bando**: 2 febbraio 2010. Scadenza 28 febbraio 2010

Domande di candidatura: 62

Assegnatari: 52

Rinunce: 9

Partiti: 43

Data di pubblicazione **2° bando**: 30 marzo 2010. Scadenza 14 aprile 2010

Domande di candidatura: 37

Assegnatari: 28

Rinunce: 7

Partiti: 21

- Outgoing totali 1° e 2° bando:
- Domande di candidatura: 99
- Assegnatari: 80
- Rinunce: 16
- Partiti: 64
-

BORSE	Austria	Belgio	Finlandia	Francia	Germania	Polonia	Portogallo	Sloveni a	Spagn a	Turchia	Litua nia	Tot. I e II band o
Out	4	9	3	14	13	10	16	2	36	5	2	114
Out fruite		4	3	8	2	3	8	1	31	4		64
In	3	9	3	14	13	10	16	2	36	5	2	104
In fruite	3	5	2	5	1	4	15	1	23		2	61

Utilizzo borse per provenienza da corso di laurea (I e II bando):

Triennale

Scienze e tecnologie della comunicazione 10

Scienze sociali per la cooperazione, lo sviluppo e le relazioni tra i popoli 5

Scienze della comunicazione pubblica e organizzativa 5

Comunicazione pubblica e d'impresa 1

Cooperazione internazionale e sviluppo 3

Specialistica/Magistrale

Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione 5

Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo 1

Comunicazione d'impresa 7

Scienze dello sviluppo e della cooperazione internazionale 5

Organizzazione e marketing per la comunicazione d'impresa 7

Comunicazione e pubblicità per pubbliche amministrazioni e non profit 3

Industria culturale e comunicazione digitale 6

Comunicazione istituzionale, pubblicità e marketing sociale 3

Dottorato di ricerca

Ricerca applicata nelle scienze sociali 1

Teoria e ricerca sociale 2

Sportello Erasmus

Borsisti: 2 (assegnati a settembre 2011)

Accordi Bilaterali stipulati nel 2009 e utilizzati nel bando per l' A.A.2010-11

IS O	Codice ist.	Nome istituzione	Cognome docente	Nome docente	Codice area	Nome area	Nazione	Borse Disponibili	Durata out	Livello
AT	A WELS01	UPPER AUSTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAGENBERG CAMPUS	MEDAGLIA	Carlo Maria	48	Computing ERA-11.3	AUSTRIA	2	6	1, 2, 3
AT	A WIEN01	UNIVERSITÄT WIEN	TANI	ILARIA	32	Journalism and information ERA-15.0	AUSTRIA	2	6	1, 2, 3
BE	B GENT01	UNIVERSITEIT GENT	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	BELGIO	2	6	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	MACIOTI	MARIA IMMACOLATA	32	Journalism and information ERA-15.0	BELGIO	5	5	1, 2, 3
BE	B LOUVAIN01	UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN	PEZZINI	ISABELLA	222	Languages and Philological Sciences ERA-09.0	BELGIO	2	5	1, 2, 3
DE	D BAMBERG01	OTTO-FRIEDRICH-UNIVERSITÄT BAMBERG	TANI	ILARIA	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	5	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	TANI	ILARIA	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	1	6	1, 2, 3
DE	D BERLIN13	HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN	GIANTURCO	GIOVANNA	08.9	Others Humanities	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D FRANKFU01	JOHANN WOLFGANG GOETHE UNIVERSITÄT	BECHTLE	GUNTER	317	Anthropology ERA-14.7	GERMANIA	2	5	1, 2
DE	D LUNEBUR01	UNIVERSITÄT LÜNEBURG	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	6	1, 2
DE	D MUNCHENO 1	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT MÜNCHEN	TANI	ILARIA	32	Journalism and information ERA-15.0	GERMANIA	2	5	1, 2
DE	D MUNCHENO 1	LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT	BECHTLE	GUNTER	312	Sociology and cultural studies ERA-	GERMANIA	2	6	1

		MÜNCHEN				14.2				
ES	E BARCELO02	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E BILBAO01	UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	3	5	1
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	MACIOTI	MARIA IMMACOLATA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	5	6	1, 2, 3
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	GIANTURCO	GIOVANNA	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E MADRID03	UNIVERSIDAD COMPLUTENS E DE MADRID	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1, 2
ES	E MADRID14	UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID	GIANTURCO	GIOVANNA	321	Journalism and reporting ERA-15.1	SPAGNA	3	5	1, 2, 3
ES	E MALAGA01	UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	5	1, 2, 3
ES	E MURCIA01	UNIVERSIDAD DE MURCIA	GIANTURCO	GIOVANNA	321	Journalism and reporting ERA-15.1	SPAGNA	2	6	1, 2, 3
ES	E SALAMAN01	UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	6	6	1
ES	E VALENCI01	UNIVERSIDAD DE VALENCIA	MACIOTI	MARIA IMMACOLATA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	3	6	1, 2, 3
ES	E VALLADO03	UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES (U.E.M.C.)	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1
ES	E VIGO01	UNIVERSIDAD DE VIGO	TANI	ILARIA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	5	1, 2, 3
ES	E ZARAGOZ07	UNIVERSIDAD SAN JORGE	GIANTURCO	GIOVANNA	32	Journalism and information ERA-15.0	SPAGNA	2	6	1, 2
FR	F PARIS001	UNIVERSITÉ PANTHEON-SORBONNE	Piga	Adriana	224	History, philosophy and related	FRANCIA	3	4	2, 3

		(PARIS I)				subjects ERA-08.3				
FR	F PARIS002	UNIVERSITE PANTHÉON- ASSAS PARIS II	MACIOTI	MARIA IMMACOL ATA	32	Journalism and information ERA-15.0	FRANCIA	4	5	1, 2, 3
FR	F PARIS005	UNIVERSITÉ PARIS DESCARTES	MACIOTI	MARIA IMMACOL ATA	312	Sociology and cultural studies ERA- 14.2	FRANCIA	5	6	1, 2, 3
FR	F PARIS008	UNIVERSITE DE VINCENNES - SAINT DENIS (PARIS VIII)	PEZZINI	ISABELLA	32	Journalism and information ERA-15.0	FRANCIA	2	5	1, 2, 3
LT	LT VILNIUS02	VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETA S (VGTU)	REGANATI	FILIPPO	340	Business and administratio n (broad programmes) ERA-04.0	LITUANIA	2	6	1, 2, 3
PT	P COIMBRA02	INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	2	5	1
PT	P COVILHA01	UNIVERSIDAD E DA BEIRA INTERIOR	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	3	6	1, 2, 3
PT	P LISBOA01	UNIVERSIDAD E CATOLICA PORTUGUESA	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	3	5	1, 2, 3
PT	P LISBOA05	INSTITUTO POLITECNICO DE LISBOA	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	2	6	1, 2, 3
PT	P LISBOA11	UNIVERSIDAD E AUTONOMA DE LISBOA	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	2	6	1, 2, 3
PT	P PORTO02	UNIVERSIDAD E DO PORTO	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	PORTOGALL O	4	6	1, 2
PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	MACIOTI	MARIA IMMACOL ATA	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL KRAKOW01	UNIWERSYTET JAGIELLONSKI	MACIOTI	MARIA IMMACOL ATA	32	Journalism and information ERA-15.0	POLONIA	4	5	1, 2, 3
PL	PL WROCLAW1 3	WYZSZA SZKOLA ZARZADZANIA "EDUKACJA"	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	POLONIA	2	5	1, 2

FI	SF TAMPERE01	TAMPEREEN YLIOPISTO	MACIOTI	MARIA IMMACOL ATA	310	Social and behavioural science (broad programmes) ERA-14.0	FINLANDIA	3	5	1, 2
SI	SI LJUBLJA01	UNIVERZA V LJUBLJANI	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	SLOVENIA	2	6	1, 2
TR	TR ANKARA03	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ	FERRAROTTI	LAURA	32	Journalism and information ERA-15.0	TURCHIA	3	6	1, 2, 3
TR	TR ISTANBU21	YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ	FERRAROTTI	LAURA	15.9	Others Communicatio n and Information Sciences	TURCHIA	2	5	1, 2, 3

Assistenza e accordi per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno

Gli studenti iscritti ai corsi di laurea specialistica, ivi incluso Editoria, Comunicazione Multimediale e Giornalismo, possono ottenere complessivi 8 CFU per attività di stage e tirocinio. Il servizio è gestito dallo sportello AFE (*Stage e attività formative esterne*).

Organizzazione del servizio: Sportello AFE - ufficio stage

Il ricevimento stage si svolge nei seguenti giorni:

Martedì 14:30 - 16:00

Giovedì 10:00 - 13:00

Le informazioni relative agli stage e alle attività formative esterne sono reperibili consultando il seguente link

<http://www.coris.uniroma1.it/testo.asp?id=5166>

Responsabile del procedimento amministrativo : Fabiana Gubitosi

Via Salaria 113 (primo piano, stanza B5)

T +39 (06) 85345035

url: <http://www.coris.uniroma1.it/testo.asp?id=5166>

e-mail ufficiostage.scom@uniroma1.it

e fabiana.gubitosi@uniroma1.it

Responsabile amministrativo: *Fabiana Gubitosi*

e-mail: fabiana.gubitosi@uniroma1.it

Responsabile scientifico : Prof.ssa Anna Lucia Natale e-mail lucia.natale@uniroma1.it

- *Attività svolte;*

l'ufficio Stage si occupa di tutte le attività relative al placement, ricerca e attivazione di tirocini/stage degli studenti e laureati del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale/Sapienza Università di Roma. In particolare svolge il compito di:

- aiutare gli studenti a trovare e svolgere tirocini attinenti al corso di laurea, utilizzabili per acquisire crediti, utili al loro curriculum studiorum o per le tesi, formativi per la loro successiva professione;
- aiutare i neolaureati (entro i 12 mesi dalla data di laurea) a trovare e svolgere stage coerenti con la loro formazione ed utili per un primo ingresso nel mondo del lavoro;
- rispondere alle richieste di aziende, enti e istituzioni, fornendo loro selezioni di curricula rispondenti ai profili richiesti, per stage/tirocini e lavoro;
- sollecitare aziende, enti e istituzioni ad accogliere i nostri studenti, laureandi e laureati in stage nelle loro strutture.

Dal 25/10/2011 l'ufficio Stage ha attivato un servizio di newsletter: ogni studente/laureato ha la possibilità di iscriversi al servizio che gli consentirà di ricevere, in tempo reale, aggiornamenti su tutte le opportunità di stage/lavoro, presenti e non sul sito JOBSOUL, seguendo due semplici passi:

1. compilando il modulo on line
2. inviando il curriculum vitae in formato europeo a ufficiostage.scom@uniroma1.it

Il nome dello studente/laureato verrà automaticamente archiviato in un database curricula dell'ufficio e potrà essere selezionato per richieste di cv per stage o lavoro da parte di Aziende/Enti. Il database è distinto per categorie per consentire all'ufficio una rapida e precisa selezione dei profili da sottoporre (sia dietro loro richiesta che nostra sollecitazione) ad aziende, enti, istituzioni.

- *elenco degli accordi operativi in essere sono consultabili al seguente link:*
<http://www.coris.uniroma1.it/testo.asp?id=5674>

Di seguito, il riepilogo delle attività di formazione esterna presso imprese, pubbliche amministrazioni e organizzazioni non profit che, nel corso del 2009/2010 e 2010/2011, hanno coinvolto gli studenti del CdL in esame:

Stage e tirocini attivati per il CdL in Industria culturale e comunicazione digitale

Anno	Corsi di laurea specialistica/Magistrale	Numero stage attivati	Tipologia	Media c.f.u.	Settore stage
2010-2011	Industria culturale e comunicazione digitale	15	7 studenti, 8 laureati	3	11 privato, 4 pubblico
2009-2010	Industria culturale e comunicazione digitale	49	49 studenti, 0 laureati	4,9	44 pubblico, 5 privato

Requisito per la qualità C4 - Altre risorse e iniziative speciali

C4- Altre risorse e iniziative speciali

Nel corso dell'A.A. 2010-2011, l'offerta didattica della Facoltà si è arricchita di molteplici scuole estive, la maggior parte delle quali internazionali. Simili esperienze formative rappresentano un'opportunità ulteriore di studio e approfondimento sia in Italia che all'estero per laureati e studenti, prevedendo per questi ultimi l'acquisizione di strumenti applicativi e il conseguimento di uno specifico monte-crediti.

Di seguito le scuole estive attivate nell'A.A. 2010-2011:

- Summer School Global Marketing and Business alla City University di New York (CUNY), giunta alla seconda edizione, offre insegnamenti innovativi tenuti in lingua inglese tesi a specializzare sulle tematiche del marketing internazionale;
- Summer School Hollywood Workshop 2010 a Los Angeles, alla quarta edizione, è invece dedicata al business dell'intrattenimento digitale e ha fra i docenti registi, producer e manager delle maggiori case di produzione cine-televisive californiane;
- Summer School Full immersion in Journalism e News Making, organizzata per il terzo anno in collaborazione con il Master in Giornalismo della City University di New York (CUNY), affronta la pratica del newsmaking per la TV e combina incontri in aula con giornalisti ed editori con le attività sul campo e di laboratorio.

Per informazioni: Patrizio Di Nicola
e-mail patrizio.dinicola@uniroma1.it
T (+39) 06 49918456
url www.sdcsommer.it

Di seguito le scuole estive attivate nell'A.A. 2010-2011:

- Seminari Arpinati Edizione 2009 "Il problema ambientale tra globale e locale. Turismo, sostenibilità, sviluppo nel contesto europeo";
- I vasti confini della ricerca sociale Scuola di Alta Formazione dell'Associazione Italiana di Sociologia;
- Studenti oltreoceano 2010.

Nel periodo 2009-2011, si conferma inoltre un'intensa attività di promozione culturale e scientifica realizzata dalla Facoltà a margine dell'attività didattica, e spesso in collegamento con specifici insegnamenti, mediante l'ospitalità e l'attivo contributo della Facoltà all'organizzazione di una pluralità di eventi e iniziative:

- 31 seminari e workshop;
- 26 incontri della Rassegna "Martedì d'autore";
- 39 convegni;

In allegato ([Allegato 1](#)), il dettaglio degli eventi organizzati dalla Facoltà nel periodo 2009-2011.

Area D – MONITORAGGIO

D1- Attrattività

Per l'a.a. 2009-2010 le iscrizioni al Corso di Laurea Magistrale sono state effettuate attraverso il ricorso ad una valutazione comparativa dei titoli, sulla base di un numero programmato pari a 100 posti (97+3 extra UE).

Per l'a.a. 2010-2011, invece, le iscrizioni sono state ad accesso libero, sulla base di un utenza sostenibile considerata pari a 100 posti.

Il numero degli immatricolati del CdS in oggetto è stato di 59 studenti per l'a.a. 2010-11 e pertanto si è rivelato superiore a quanto registrato nell'a.a. precedente (47).

L'indice di attrattività (immatricolati/numero programmato o utenza sostenibile) è cresciuto da 0,47 a 0,59.

	2009-10	2010-11
Tot iscritti	327	246
Immatricolati Ind.		
Culturale	47	59
<i>% immatr sul tot</i>	14,4	24,0
<i>Indice attrattiv</i>	0,47	0,59

D2 - Risultati delle prove di verifica dell'apprendimento

In riferimento ai risultati delle prove di verifica dell'apprendimento degli studenti, un indicatore sintetico, utile a quantificarne l'efficacia, può essere desunto dal numero medio di CFU acquisiti dagli iscritti. Al tempo stesso, l'attendibilità di tale dato va considerata con molta cautela, essendo fortemente condizionata dalle modalità e dai tempi di registrazione degli esiti degli esami nel sistema centrale di Ateneo. Su questo dato incidono dunque, in modo sostanziale, il tipo di verbalizzazione adottata dai singoli docenti e i tempi di imputazione degli esiti nel sistema informatizzato da parte degli stessi.

Tenendo conto di queste osservazioni, i 246 iscritti e immatricolati nel 2010-11 hanno acquisito 4933 cfu. Si tratta di una quota che segna un decremento in valore assoluto rispetto all'anno precedente. Anche in base ai due coefficienti normalizzati per il numero degli iscritti (e degli immatricolati), il 2010-11 segna un decremento rispetto 2009-10.

iscritti a.a. 2009-2010	immatricolati a.a.2009-2010	CFU acquisiti dagli studenti anno 2010	iscritti a.a. 2010-2011	immatricolati a.a. 2010-2011	CFU acquisiti dagli studenti anno 2011	CFU 2010- 2011/iscritti+immatricolati	CFU 2009- 2010/iscritti+immatricolati	CFU 2010-2011/iscritti	CFU 2009-2010/iscritti
280	47	9152	187	59	4933	20,05	27,99	26,38	32,69

D3 - Efficacia del processo formativo (Efficacia interna)

I risultati relativi alla carriera accademica degli studenti consentono di ottenere indicazioni in merito all'efficacia "interna" del processo formativo. A tal fine, vanno considerati i dati riguardanti l'incidenza degli abbandoni e i tempi medi di conseguimento del titolo, sui quali influisce l'andamento del numero medio di crediti conseguiti (cfr. paragrafo precedente).

Per quanto concerne il tasso di abbandono si segnala un valore pari a 29,31 per il 2010-11. Tale cifra segnala che quasi il 30% degli studenti che si sono iscritti al corso di studio nell'a.a. 09-10 risulta non iscritta al secondo anno dello stesso CdL nel 2010/11.

Il tasso relativo al 2010-11 risulta molto inferiore a quello registrato nell'anno precedente (74,23), ma è dovuto ragionevolmente alla modifica strutturale del CdL (sdoppiamento dei CdL Magistrale).

iscritti I anno a.a. 2008-2009	iscritti II anno a.a. 2009-2010	tasso abbandono a.a. 2009-2010	iscritti I anno a.a. 2009-2010	iscritti II anno a.a. 2010-2011	tasso abbandono a.a. 2010-2011
194	50	74,23	58	41	29,31

Rispetto alla durata del corso di studi, i dati evidenziano che il 29% circa dei laureati riesce a conseguire il titolo laureandosi in corso, mentre la percentuale di studenti che termina i propri studi fuori corso di due o più anni risulta pari al 25%. Questo anno sembra invertire la tendenza ad un continuo declino della percentuale di laureati in corso, che trova il suo livello più basso nel 2009-10 (18,27%), a fronte degli anni accademici precedenti 2006/2007 e 2007/2008, rispettivamente del 65,6% e del 49,3%.

	laureati anno 2010	di cui laureati in corso	di cui laureati 1 anno fuori corso	di cui laureati 2 anni fuori corso	di cui laureati 3 anni fuori corso e oltre	laureati anno 2011	di cui laureati in corso	di cui laureati 1 anno fuori corso	di cui laureati 2 anni fuori corso	di cui laureati 3 anni fuori corso e oltre
v.a.	104	19	67	14	4	80	23	37	17	3

% laureati in corso 2010	% laureati 2010 I anno FC	% laureati 2010 II anno FC	% laureati 2010 III anno FC	% laureati in corso 2011	% laureati 2011 I anno FC	% laureati 2011 II anno FC	% laureati 2011 III anno FC
18,27	64,42	13,46	3,85	28,75	46,25	21,25	3,75

D4 - Efficacia del processo formativo percepita dagli studenti

Opinioni degli studenti frequentanti

D4 – Efficacia del processo formativo percepita dagli studenti

Il monitoraggio annuale delle opinioni degli studenti e dei laureandi sugli insegnamenti e sulle altre attività formative consente di rilevare l'efficacia del percorso formativo percepita dai destinatari dell'offerta didattica.

Opinioni degli studenti frequentanti

Dalla rilevazione che ha interessato 126 frequentanti, risultano apprezzabili livelli di soddisfazione espressi dagli studenti sul carico di studio, sull'organizzazione complessiva del Corso, sui docenti, sulle lezioni, sulla reperibilità dei docenti, sul materiale didattico, sulle conoscenze richieste e sulle modalità degli esami, sulla compatibilità degli orari delle lezioni con altri insegnamenti.

In particolare, nell'ultima rilevazione, gli studenti si dichiarano nel complesso molto interessati gli

argomenti dell'insegnamento (51%) o abbastanza interessati (35%), mentre i più critici costituiscono appena il 13%.

Le criticità segnalate si concentrano, con percentuali tuttavia contenute (sempre inferiori all'8%), sulle capacità del docente di stimolare interesse e partecipazione (7%), sulla chiarezza delle informazioni sull'insegnamento (5%), sull'adeguatezza dei materiali didattici (4%) e sull'adeguatezza delle conoscenze necessarie alla comprensione dell'insegnamento (4%). Viene pertanto richiesta dai frequentati una maggiore interazione anche nel corso delle lezioni frontali, come emerge dalla tabella riepilogativa seguente, in cui vengono evidenziate soltanto le percentuali di estrema insoddisfazione espresse nell'ultima rilevazione:

MOLTO INSODDISFATTI PER GLI ASPETTI VALUTATI

Il docente stimola l'interesse per la disciplina?	7%
Le informazioni dell'insegnamento è disponibile in forma chiara/esauriente?	6%
Il materiale didattico è adeguato come supporto per lo studio della materia?	4%
Le conoscenze possedute sono risultate sufficienti per gli argomenti trattati?	3%
Lei è interessato agli argomenti di questo insegnamento?	2%
I docente espone gli argomenti in modo chiaro?	1%
I personale docente è effettivamente reperibile per chiarimenti e spiegazioni?	1%
L'attività didattica viene svolta rispettando l'orario previsto?	0%

Opinione dei laureandi

Anche i laureandi, monitorati mediante le indagini AlmaLaurea, dichiarano in larga parte la loro soddisfazione per il corso di studi. Infatti su 99 intervistati, 71 si sono dichiarati soddisfatti o molto soddisfatti. Coloro che si dichiarano "molto soddisfatti" superano il 22% (nel 2009 erano il 28,6%)

AlmaLaurea - Profilo Laureati 2010

Domanda: E' complessivamente soddisfatto/a del corso di studi?

decisamente no	più no che sì	più sì che no	decisamente sì	non rispondenti	età media alla laurea dei rispondenti	voto medio di laurea dei rispondenti	% decisamente sì
4	22	49	22	2	27,09	108,29	22,22

D5 - Efficacia esterna

Il monitoraggio dei risultati relativi alla collocazione nel mondo del lavoro o alla prosecuzione degli studi in altri CdL dei laureati rende evidenza della spendibilità del titolo di studio rilasciato, della corrispondenza degli sbocchi previsti per i laureati ai fabbisogni professionali e occupazionali del mondo del lavoro e alla prosecuzione degli studi.

L'età media alla laurea è di 27 anni circa, di un anno superiore rispetto ai dati 2008-9.

si, attualmente lavora	ha lavorato dopo la laurea (triennale/specialistica/magistrale), ma non lavora attualmente	non ha mai lavorato dopo la laurea (triennale/specialistica/magistrale)	non rispondenti	età media alla laurea dei rispondenti	voto medio di laurea dei rispondenti	% occupati
51	18	28	17	26,30	109,47	44,74

Area E – Sistema di gestione

E1 - Struttura organizzativa

E1.1 Posizioni di responsabilità

E1.1 - Posizioni di responsabilità

Direttore

Prof. Mario Morcellini

Direttore Vicario

Prof. Luigi Frudà

Presidente di Area didattica di Scienze della comunicazione

Prof. ssa Maria Concetta Pitrone

Presidente di Area didattica di Ricerca sociale avanzata

Prof. Maurizio Bonolis

Presidente di Area didattica di Media, tecnologie e giornalismo

Prof. Alberto Marinelli

Presidente di Area didattica di Comunicazione per le organizzazioni

Prof. Renato Fontana

Sedute di laurea

- Proff.sse Isabella Mingo, Laura Bocci (Delegati)

Referente per la Commissione per l'innovazione didattica di Ateneo (delibera del Consiglio di Facoltà nella seduta del 21.12.2007)

- Prof. Alberto Marinelli

Commissione istruttoria professori a contratto (delibera del Consiglio di Dipartimento nella seduta del 21.12.2011)

- Presidenti delle Aree didattiche
- Coordinatori corsi di studio
- Segretario (dott. Luigi Ottati)

E2 - Politica per l'assicurazione della qualità

Il Coris, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, ha ottenuto la Certificazione di Qualità secondo la norma ISO 9001:2000 - certificato n. 13326/05/S del 03.08.05 per l'attività di "Progettazione ed erogazione di attività formative, in aula e on line, nel campo delle Scienze Sociali e della Comunicazione".

Il Sistema di Gestione per la Qualità garantisce il livello di eccellenza raggiunto e definisce le azioni necessarie per ottimizzare il livello di progettazione ed erogazione dei servizi offerti.



Valutazione della Commissione qualità del requisito E: Sistema di gestione

La Commissione prende atto dell'adozione, da parte del CdL in esame, di un sistema di governo articolato e mirato alla copertura delle diverse esigenze gestionali, nell'ambito del quale sono chiaramente definite le responsabilità e le funzioni per i processi associati ai Requisiti per la Qualità. Da sottolineare la certificazione di qualità secondo la norma ISO 9001:2000.

E3 - Riesame e miglioramento

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA EVIDENZIATI DAL RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE

Area	Punti di forza	Punti di debolezza	Valutazione*
A - Fabbisogni, obiettivi	<p>1. Riguardo agli obiettivi formativi e di apprendimento del corso, la Commissione ritiene che essi siano coerenti con quelli della Classe di appartenenza e con le competenze richieste in funzione degli sbocchi occupazionali e professionali individuati. Rispetto alla durata del CdL, gli obiettivi formativi e di apprendimento appaiono realistici e perseguibili nell'arco di tempo previsto dal percorso formativo.</p> <p>2. La Commissione ritiene che le esigenze espresse dalle Parti Interessate (PI) siano state adeguatamente considerate ai fini della messa a punto dei percorsi formativi ex-270 a partire dall'A.A. 2008-2009.</p> <p>3. In merito agli sbocchi professionali dichiarati, la Commissione prende atto che essi risultano in linea con quelli dei Corsi di Laurea affini di classe 13s, attivati a livello nazionale nell'area Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo nel corso dell'A.A. 2008-2009.</p>		Ottimo

<p>B - Processo Formativo (Insegnamento, apprendimento, accertamento)</p>	<p>1- Gli insegnamenti previsti dal CdL sono coerenti e adeguati agli obiettivi formativi e di apprendimento. 2- Particolarmente efficace si è dimostrata la valutazione comparativa dei titoli finalizzata alla selezione di tipologie di studenti adeguati rispetto al livello dell'offerta formativa. 3- Particolarmente proficuo appare il percorso avviato, all'inizio dell'A.A. 2008-2009, nell'ambito dell'Area Didattica di afferenza del CdL attraverso incontri di coordinamento fra docenti di insegnamenti affini, in relazione a programmi, temi e modalità di svolgimento delle prove di verifica. 4- L'articolazione del calendario delle lezioni risulta adeguata in termini di ore previste, di gradualità ai fini dell'apprendimento, nonché di accessibilità da parte degli studenti sia rispetto alle diverse sedi in cui si svolgono le lezioni, sia riguardo alla compatibilità della frequenza dei diversi insegnamenti nell'ambito dello stesso anno di corso. 5- In riferimento alle tesi di laurea, apprezzabili appaiono anche la specifica riflessione avviata dalla Facoltà in merito ai nuovi formati delle prove finali, al fine di valorizzarne la specificità e la commisurazione rispetto al percorso di durata biennale; nonché i vantaggi derivanti dall'automazione delle procedure di gestione delle tesi sul sito di Facoltà.</p>		<p>Ottimo</p>
<p>C - Risorse, Servizi</p>	<p>1- L'insieme delle attività di orientamento e tutorato nelle diverse fasi del percorso - in ingresso, in itinere e in uscita - evidenzia un'offerta ricca e articolata a sostegno dell'offerta formativa del CdL in esame, assicurando una copertura estensiva dei requisiti di trasparenza previsti dalla normativa ministeriale e una speciale attenzione per la messa in campo di misure specifiche di contenimento del numero di studenti fuori corso. 2- Particolarmente apprezzabile risulta l'attività svolta dallo sportello AFE, finalizzata all'assistenza di studenti e neolaureati della Facoltà nella ricerca di <i>stage</i> e tirocini presso imprese, enti pubblici e non profit, al fine di completare la formazione attraverso esperienze dirette nel mondo del lavoro. 3- Consistenti appaiono anche le azioni intraprese ai fini della mobilità internazionale, le quali risultano sostanzialmente adeguate dal punto di vista quantitativo all'effettiva domanda espressa dagli studenti; 4- Si evidenzia, infine, l'intensa attività di promozione culturale e scientifica realizzata dalla Facoltà a margine dell'attività didattica istituzionale, e spesso in collegamento con specifici insegnamenti, mediante l'ospitalità e il contributo all'organizzazione di una pluralità di eventi e iniziative pubblici.</p>		<p>Buono</p>
<p>D - Monitoraggio, analisi e</p>	<p>1- L'indice di attrattività del CdL in oggetto risulta significativo e crescente, con valori pari a 0,47 (2009-10) e 0,55 (2010-11).</p>		<p>Buono</p>

miglioramento	<p>2- Dalle rilevazioni delle opinioni degli studenti frequentanti, risultano apprezzabili livelli di soddisfazione in merito a: carico di studio, docenti, reperibilità degli stessi, lezioni, compatibilità degli orari rispetto alle lezioni, materiale didattico, conoscenze richieste, carico di studio, modalità degli esami, organizzazione complessiva del Corso.</p> <p>3- Il 51% degli studenti intervistati si dichiara molto interessato agli argomenti dell'insegnamento; a ciò si aggiunge il 35% che si dichiara abbastanza interessato.</p> <p>4- Sul piano dell'occupabilità, i dati registrano una significativa capacità occupazionale del CdL: il 44,7% dei laureati intervistati, infatti, dichiara di lavorare.</p>		
E - Sistema di Gestione della Qualità	<p>Il CdL adotta un sistema di governo articolato e mirato alla copertura delle diverse esigenze gestionali, nell'ambito del quale sono chiaramente definite le responsabilità per i processi associati ai Requisiti per la Qualità.</p>		Ottimo

* 0: non valutabile, 1: Da riconsiderare, 2: accettabile, 3: buono, 4: ottimo

ALLEGATO 1

Elenco dettagliato delle iniziative culturali della Facoltà (Convegni, Seminari e Workshop e incontri della rassegna "Martedì d'Autore") per il periodo 2009-2011.

Convegni	Titolo		ANNO
	Presentazione del libro "Perché la sinistra ha perso le elezioni?"	Centro Congressi	2009
	La rete: femminile plurale. Dialoghi attorno ai libri "Tecnologie di genere. Teorie, usi e pratiche di donne nella Rete" e "Virtuali Comunità"		
	Proiezione del documentario Kidogo - un bambino soldato		
	Incontro con lo scrittore palestinese Nafez Rifae e la scrittrice israeliana Lizzie Doron	(organizzato dal Dottorato in Teoria e Ricerca Sociale).	
	Presentazione Nokia University Program VI edizione	Aula Magna dell'ex Caserma Sani	
	1° Fiction Day - La Sapienza della fiction	Centro Congressi	
	In principio erat Verbum La parola al centro dell'exploit della comunicazione	Nuova Fiera di Roma	
	L'Università in Europa tra tradizione e riforme Finanziamento, reclutamento dei docenti e organizzazione della didattica	Centro Congressi	
	Visiting professor Pierre Sorlin e David Buckingham	Dall'11 al 15 maggio (ciclo di lezioni/evento)	
	L'Italia raccontata dal sindacato. Il lavoro tra memoria e comunicazione. Riflessioni intorno al libro "Lavoro. Il rotocalco della Cgil" a cura di Rossella Rega	aula Wolf	
	Tutto quello che dovresti sapere sull'Africa e che nessuno ti ha mai raccontato (presentazione del volume di	Centro congressi	

Giuseppe Carrisi)	
“Una nuova scuola europea”	Centro congressi
Privato a perdere. Privacy e nuove modalità di comunicazione nelle reti innovative	Centro Congressi
Luci sullo Sviluppo. Le energie rinnovabili come strumento di lotta alla povertà	Centro Congressi
Luoghi del consumo – Consumo dei luoghi. Roma come caso studio	Centro congressi
Processo all'informazione consumerista	Centro congressi
FantAuditel IV edizione - Premiazione speciale con il Trio Medusa	Centro congressi
Intervista alla comunicazione- Presentazione del primo numero di Comunicazioneepuntodoc	Aula Alfa
Geografie della paura. Presentazione dell'Indagine sulla percezione della sicurezza dei cittadini del Lazio	Aula wolf
La comunicazione in tempo di crisi. Università, politica e giornalismo a confronto. VII Incontro Nazionale degli studenti e dei docenti di Scienze della Comunicazione	presso la Sala Blu (zona Sala Maggiore) del Quartiere di Bologna, all'interno di Com.LAB. Comunicazione e tecnologie per l'innovazione
Perché studiare i comics	Centro Congressi
Proiezione del film All Human Rights for all. Sguardi del cinema italiano sui diritti umani	Centro Congressi
Integrazione o intercultura? Alla ricerca delle risorse perdute	Aula wolf
La formazione universitaria per un'industria musicale in trasformazione	Centro congressi

Business e gaming. Gioco e social network nella rete d'impresa. Presentazione risultati della ricerca	Centro congressi	
Libertà di stampa: violata, annullata, calpestata	Centro congressi	
Artista e società: del perduto amore? Presentazione risultati della ricerca "La situazione economica e sociale dell'artista in Italia"	Centro congressi	
La Casa Bianca di Obama e il Medio Oriente	Centro congressi	
Il edizione del Premio Giornalistico Riccardo Tomassetti	Centro congressi	
Il piccolo scrigno della memoria - Incontro con Carlo Conti	Centro congressi	
Negri, froci, giudei & co. L'eterna guerra contro l'altro. Dialoghi attorno al libro di Gian Antonio Stella	Centro congressi	
I giovani: come i media influenzano la politica	Polo Universitario di Pomezia (Roma) Campus	2010
GenerAction Media La Media Education in Italia e in Europa: quali criticità e prospettive d'intervento? MITI E REALTA' DELLE SINISTRE AL GOVERNO Dialoghi intorno al libro di Franco Cazzola	Centro Congressi Facoltà di Scienze della Comunicazione Aula Wolf - Facoltà di Scienze della Comunicazione	
Le conoscenze giovanili sulle radiazioni ionizzanti. Intervento e valutazione nelle scuole superiori del Lazio	Centro Congressi d'Ateneo Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale	2011
Il partito politico oggi Presentazione del numero monografico di Democrazia e Diritto N. 3-4 2009	Centro Congressi Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale	
La qualità del lavoro nei call center Una ricerca nazionale	Centro Congressi Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale	

SEMINARI E WORKSHOP	TITOLO		ANNO
	McLuhan: Tracce del Futuro The future of the future is the present	Centro Congressi Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale	
	Comunicare sociale. Incontro con Maria Teresa Rosito	aula B10	2009
	Comunicare sociale. Incontro con Paola Springhetti	aula B10	
	Comunicare sociale. Incontro con Anna Meli e Sandip Roy	aula B10	
	La consumer experience nei portali turistici promozionali istituzionali delle regioni italiane	Centro congressi	
	L'Università nella lente dei media. Seminario preparatorio a partire dai dati di ricerca	Aula wolf	
	L'antimafia tra Cultura e Società. Ciclo di seminari	Aula wolf	
	Gestire un Brand nel Business del Beverage: Ferrarelle e Antinori. Lezione - Incontro con Carlo Pontecorvo AD di Ferrarelle Spa e la Raffaella Alia, Direzione Strategia e Sviluppo di Antinor	aula BLU 1, presso la Città Universitaria	
	Lezione - Incontro con G. Ruggiero, General Manager di MRM WORLDWIDE McCann Erickson	aula BLU 1, presso la Città Universitaria	
	Lezione-evento con Hall Powell di Law & Order Come scrivere un film, come diventare sceneggiatori. Cinema, Tv e sceneggiatura in Italia e negli Stati Uniti	Aula magna	
	Lezione - Incontro con Leonardo Massa, Direttore Commerciale di MSC Crociere	aula BLU 1, presso la Città Universitaria	
	Gestire un brand in una categoria del Largo Consumo: Il caso DOVE. Lezione-incontro con Giuliana Antenucci, Brand Manager di Unilever		

Seminario Il “corpo” della fotografia		
Workshop del primo International Course on Applied Anthropology to Development processes	B10	
Lezioni/incontro con Miguel Angel Quintana Paz	AULA WOLF	
(ciclo di incontri) Work.Com Laboratorio di orientamento professionale al lavoro 2009		
workshop “AGI: facciamo i conti con il nuovo pubblico”	Aula wolf	
Oltre la scrittura etnografica Workshop su soggettività e rappresentazione nelle scienze sociali	ex-caserma Sani 6	
Workshop interattivo: La strategia della diversità	Aula wolf	
Caritas in Veritate	Venerdì 24 novembre, ore 10.00 – 12.00. Aula 1, Ex Caserma Sani	2010
Giovani e Facebook. Occasione di socialità o nuova dipendenza? Dialoghi intorno al libro “Quando Internet diventa una droga. Ciò che i genitori devono sapere” di Federico Tonioni.	Lunedì 30 Maggio 2011, ore 10-13 - Centro Congressi Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, via Salaria 113	2011
Alla guerra... <i>non chiedere perché</i> Dialoghi intorno al libro di Franco di Mare	Mercoledì 20 Aprile 2011, ore 19.00 - Aula Oriana Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, via Salaria 113	
Professione Sociale Dialoghi intorno al libro “Prendersi cura. Indagine sulle professioni sociali” di Patrizia Cinti	Lunedì 27 giugno 2011, ore 17.00 – Aula Wolf Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale	

Minorities Stereotypes on Media Tavola rotonda sui primi risultati del monitoraggio dell'immagine delle minoranze sui media	Martedì 19 luglio 2011, ore 11.00 - 13.00, Aula M. Wolf Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, via Salaria
La selezione delle élite politiche in Italia e nell'Unione europea.	Lunedì 23 maggio 2011, ore 14.15 - Aula Wolf Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Ciclo di seminari Jurij Lotman e la semiotica della cultura organizzato dalla cattedra di Semiotica del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (<u>5 incontri</u>)	
STEVE JOBS L'uomo che ha inventato il futuro Presentazione del libro di Jay Elliot	Venerdì 1 aprile 2011, ore 10.00 - Centro Congressi Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Giornalismo. Vai alla voce futuro Dialoghi intorno al libro "L'Ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro", di Marco Bardazzi e Massimo Gaggi	Lunedì 28 Febbraio 2011, ore 19.00 – Aula Wolf Dipartimento
Dalla formazione al lavoro Giornate di incontro e dibattito con il Visiting Professor José Miguel Túnñez López Università Santiago de Compostela e Asociación Española de Investigación de la Comunicación	5-6-7 luglio 2011 Aula Wolf via Salaria 113 Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Giornata di studio Movimenti, culture e soggettività nella società contemporanea con Alain Touraine	Roma, giovedì 26 Maggio 2011, ore 15.00 – 19.30 Centro Congressi d'Ateneo
A denti stretti: la satira tra radio e televisione	Giovedì 19 maggio 2011, ore 11.00 – Aula Oriana

Il giornalismo nello spazio
creativo
L'informazione tra
letteratura, poesia e musica

Dipartimento di
Comunicazione e
Ricerca Sociale
Venerdì 20
maggio 2011, ore
11.00 – Centro
Congressi
Dipartimento di
Comunicazione e
Ricerca Sociale,
via Salaria 113

MARTEDÌ D'AUTORE 2009-2011

Martedì 1 dicembre 2009

Aspettando Martedì d'autore

Piccolo scrigno della memoria

Dialoghi attorno al libro "Noi che..." di Carlo Conti

Martedì 15 dicembre 2009

Aspettando Martedì d'autore

Acrobati del lavoro

Presentazione del film "Tutti giù per aria" e del libro di vignette "Diversamente occupati" sul tema del precariato

Martedì 12 gennaio 2010

Dopo la crisi, un capitalismo responsabile?

Dialoghi attorno al libro

"Etica utile. Il guado: la crisi economica nell'era promessa della responsabilità" di Luigi Mariano.

Martedì 19 gennaio 2010

Il pensiero africano e Buen Vivir: un confronto tra nuove tendenze

Dialoghi attorno ai libri

"Buen Vivir. Per una democrazia della Terra" di Giuseppe De Marzo

e "Un pensiero africano" di Barbara Cannelli.

Martedì 26 gennaio 2010

Relazioni pubbliche: "maneggiare con cura"

Dialoghi attorno al libro

"Relazioni Pubbliche. La comunicazione d'impresa nel nuovo secolo"

di Beppe Facchetti e Laura Marozzi.

Martedì 2 febbraio 2010

Progettare i sensi

Dialoghi attorno al libro

"Semiotica e design" di Dario Mangano

Martedì 9 febbraio 2010

Uno sguardo alle società invisibili

Dialoghi attorno ai libri "Quasi uguali. Storie di immigrazione" di Francesco De Filippo e "L'antenna e il Baobab. I dannati del villaggio globale" di Massimo Ghirelli.

Martedì 16 febbraio 2010

Trame di relazioni fragili

Dialoghi attorno al libro

"L'ombra più lunga. Tre racconti sul padre" di Gianfranco Pecchinenda

Martedì 2 marzo 2010

Martedì d'Autore sugli scrittori di canzoni

Dialoghi intorno al disco Ai caduti in bicicletta degli Ultimavera

Martedì 15 Giugno 2010

Proiezione dell'anteprima del film "About Elly" di Asghar Farhadi

9 novembre 2010

Le crisi umanitarie dimenticate dai media 2009

Dialoghi attorno al libro

"Crisi dimenticate" - Medici senza Frontiere

16 novembre 2010

L'identità da ritrovare

Dialoghi intorno al libro

"Roma e Lazio. Letteratura e civiltà" di Luisa Gorlani

Martedì 23 novembre 2010

I migliori anni della nostra fiction.

Dialoghi attorno al libro "Se vent'anni sembrano pochi" di Milly Bonanno

Martedì 30 novembre 2010

Parole e musica

Dialoghi attorno al progetto musicale "Croce e delizia" di Simona Molinari

Martedì 7 dicembre 2010

Fate la moda, non la guerra.

Dialoghi attorno al libro

"Il fascino indiscreto della moda" di Rita Caccamo

Martedì 14 dicembre 2010

Storie di tutti i sogni

Dialoghi attorno al libro

"Lo spettacolo dell'immaginario" di Silvia Leonzi

Martedì 11 gennaio 2011

Una stanza tutta per sé formazione e carriere scientifiche nel quotidiano delle donne.

Dialoghi attorno ai libri di Rita Biancheri e di Lia Fassari

Martedì 18 gennaio 2011

Segnali di cambiamento. Street art e spazio sociale.

Dialoghi attorno alle opere di Clet.

Martedì 1 febbraio 2011

Se provi a strozzarmi

Dialoghi attorno al libro

"Strozzateci tutti", un'antologia sulle mafie curata da Marcello Ravveduto.

Martedì 8 febbraio 2011

Quel che resta della commedia.

Dialoghi attorno alla satira sul Belpaese, dal cinema di Luciano Salce ai suoi epigoni contemporanei

Martedì 15 febbraio 2011

Balconing. Un salto nel vuoto.

Proiezione del documentario di Michele Bertini e Lorenzo Dionisi.

Martedì 22 febbraio 2011

Il caso Boris. La fuoriserie italiana dalla tv al cinema

Dialoghi attorno alla serie televisiva Boris

Lunedì 28 febbraio 2011

Giornalismo. Vai alla voce futuro

Dialoghi attorno al libro

"L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro" di Marco Bardazzi.

Martedì 1 marzo 2011

Fermata Italia. Viaggio nella comunicazione pubblica

Dialoghi attorno al libro

"La Repubblica della comunicazione" di Francesco Pira e Franco Pomilio.

Martedì 8 marzo 2011

Sfera pubblica e comunicazione. Come migliorare il dibattito pubblico.

Dialoghi attorno al libro

"La comunicazione pubblica per una grande società" di Stefano Rolando.

Martedì 15 marzo 2011

Pensieri in rovina. Segnali dal passato per leggere il presente

Dialoghi attorno al libro "Rovine future. Contributi per rinnovare il presente"

di Davide Borrelli e Paola Di Cori.