

DR n. 68

Teramo, 5 febbraio 2019

**IL RETTORE**

- VISTA la legge 19 novembre 1990 n. 341 *“Riforma degli ordinamenti didattici universitari”*;  
VISTO il D.M. 22 ottobre 2004 n. 270 *“Modifiche al regolamento recante norme concernenti l'autonomia didattica degli atenei, approvato con decreto del Ministro dell'università e della ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509”*;  
VISTO l'art. 17 lettera c) dello Statuto dell'Università degli Studi di Teramo;  
VISTO l'art. 19 del Regolamento Didattico di Ateneo;  
VISTE la delibera del Consiglio della Facoltà di Scienze della Comunicazione del 20 dicembre 2018, la successiva precisazione con nota prot. n. 593 dell'11 gennaio 2019, nonché la nota prot. n. 644 del 14 gennaio 2019 relativa all'invio della didattica programmata a.a. 2018-2019;  
VISTA la delibera del Senato Accademico del 22 gennaio 2019 con cui sono stati approvati, subordinatamente al parere favorevole del Consiglio di Amministrazione, i Regolamenti dei Corsi di studio della Facoltà di Scienze della Comunicazione (Regolamento del Corso di Studi in Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo L-3; Regolamento del Corso di Studi in Scienze della Comunicazione – L-20; Regolamento del Corso di Studi in Management and Business Communication – LM-59 -)  
VISTA la delibera del 30 gennaio 2019 con cui il Consiglio di Amministrazione ha espresso parere favorevole all'approvazione dei predetti Regolamenti dei Corsi di Studio della Facoltà di Scienze della Comunicazione;

**DECRETA**

**Articolo 1**

di emanare, per l'anno accademico 2018/2019, i Regolamenti dei Corsi di Studio di seguito elencati facenti parte integrante del presente decreto:

- Regolamento del Corso di Studi in Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo (L-3);
- Regolamento del Corso di Studi in Scienze della Comunicazione (L-20);
- Regolamento del Corso di Studi in Management and Business Communication (LM-59).

**Articolo 2**

Il Presente Decreto è pubblicato all'Albo online di Ateneo e sul sito web di Ateneo nella sezione Statuto e Regolamenti – Regolamenti dei Corsi di Studio all'indirizzo [https://www.unite.it/UniTE/Ateneo/Statuto\\_e\\_regolamenti](https://www.unite.it/UniTE/Ateneo/Statuto_e_regolamenti)

F.to Il Rettore  
**Dino Mastrocola**



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI TERAMO

FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

**Università degli Studi di Teramo**

**Regolamento Didattico del  
Corso di Studio**

in

**“MANAGEMENT AND BUSINESS COMMUNICATION”**

**Classe LM-59**

**Anno accademico 2018/2019**

<b>Art. 1 – Informazioni generali sul corso</b>	
<b>Ateneo:</b>	Università degli Studi di Teramo
<b>Denominazione del Corso in italiano:</b>	Management e comunicazione d'impresa
<b>Denominazione del Corso in inglese:</b>	Management and Business Communication
<b>Classe:</b>	LM-59
<b>Programmazione e degli accessi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nazionale no</li> <li>• Locale no</li> </ul>
<b>Lingua in cui si tiene il Corso</b>	
<b>Modalità di svolgimento delle attività formative</b>	Corso di studio convenzionale
<b>Durata legale del Corso di studi:</b>	
<b>Titolo rilasciato:</b>	Laurea Magistrale
<b>Facoltà di afferenza:</b>	Facoltà di Scienze della Comunicazione
<b>Sede didattica del Corso:</b>	Campus di Coste Sant'Agostino Via Renato Balzarini 1 - 64100 Teramo
<b>Presidente del Corso:</b>	Prof. Luca Tallini
<b>Organo collegiale di gestione del Corso</b>	Consiglio del Corso di Studio
<b>Indirizzo internet del Corso:</b>	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_Comunicazione/Management_and_business_communication_2018_2019">http://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_Comunicazione/Management_and_business_communication_2018_2019</a>

## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

### Art. 2 – Breve descrizione del Corso

#### Denominazione del Corso di studio:

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

#### Il corso di studio in breve:

1. Il Corso di Laurea Magistrale in Management e Business Communication ha durata di due anni e porta al conseguimento di 120 crediti formativi. Si conclude con l'acquisizione dei crediti corrispondenti al superamento della prova finale. Il Corso mira a formare laureati negli ambiti manageriali e professionali della comunicazione interna e delle relazioni pubbliche, nella gestione dei prodotti e nello sviluppo aziendale nei mercati globali. La didattica è di norma organizzata per ciascun anno in due cicli coordinati convenzionalmente chiamati semestri. Verifiche formative in itinere consentono di orientare convenientemente la didattica al fine di raggiungere gli obiettivi desiderati e mettere gli studenti nelle migliori condizioni per arrivare con successo a sostenere gli esami.
2. L'attività d'aula è in larga parte basata sull'apprendimento attivo con discussioni ed esercitazioni su case study e project work. La formazione è completata da seminari professionalizzanti e da esperienze di tirocinio in azienda.
3. La didattica del CdS si inserisce nell'ambito della pianificazione strategica dell'Ateneo che si caratterizza per un forte cambiamento nel rapporto Ateneo/Studente, con particolare riferimento ai reciproci impegni, responsabilità ed aspettative, con l'obiettivo di innovare le modalità di erogazione dei percorsi istituzionali, sia con riferimento alle modalità organizzative sia con riferimento agli strumenti didattici impiegati.
4. Lo studente assume un ruolo più attivo e, con il ricorso a nuove tecnologie e a modalità integrate di e-learning, ha a disposizione materiali online da consultare prima e dopo le lezioni.
5. Fermo restando la modalità di erogazione della didattica convenzionale, il CdS prevede, attraverso i propri insegnamenti, l'erogazione cadenzata di test e verifiche intermedie, la creazione e la partecipazione alle community di approfondimento che permettono allo studente di rispettare i tempi di marcia, di essere in regola con gli esami, ottimizzando il suo tempo, in linea con quanto stabilito nella programmazione triennale e all'interno delle politiche di qualità dell'Ateneo.

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

#### Obiettivi formativi specifici del CdS:

1. Il CdS mira a fornire conoscenze teoriche e strumenti analitici nel management e nelle varie componenti della comunicazione aziendale in modo da formare manager della comunicazione di impresa, in grado di gestire – in un’ottica integrata – la comunicazione aziendale nelle sue varie componenti: interna, esterna, promozionale, pubblicitaria, sociale e istituzionale.
2. I laureati devono possedere le conoscenze (linguistiche, economiche, sociologiche, tecnologiche, gestionali) necessarie a muoversi agevolmente nel mondo aziendale, interfacciandosi con i vari ambiti professionali che vi figurano, come quelli dell'analisi dei fenomeni socio-economici, dei linguaggi e della pubblicità, e delle strategie aziendali.
3. Il corso mira anche a sviluppare skills personali utili per gestire la comunicazione interna ed esterna, ovvero abilità di diagnosi organizzativa, di pianificazione, di decisione, di coinvolgimento e leadership, di persuasione e negoziazione.



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

4. Il laureato deve possedere le conoscenze necessarie a comprendere la vita aziendale nei suoi vari aspetti, afferrando il contesto nel quale l'organizzazione si muove. Deve aver chiaro anche il ruolo della comunicazione e dei sistemi di comunicazione nel complesso dei processi aziendali ed essere in grado di afferrare come la comunicazione interviene a orientare e condizionare tali processi.

5. Lo sviluppo di conoscenze cui il corso mira è assicurato dalla varietà di insegnamenti (economici, sociologici, epistemologici, informatici) che consentono di afferrare tecnicamente i vari aspetti della vita aziendale. Lo studente avrà modo di cogliere il ruolo della comunicazione nei processi aziendali, perché, tra le attività caratterizzanti, accanto ad insegnamenti incentrati sulle attività e sulle politiche economiche (ambiti C11 e C12-Discipline della Comunicazione Pubblica d'Impresa) ve ne sono altri specificamente incentrati sui processi comunicativi (ambito C21-Discipline Sociali, Informatiche e dei Linguaggi). Le attività affini e integrative contribuiranno a rafforzare le capacità decisionali e di analisi dei processi comunicativi e organizzativi in ambito culturale.

6. Le testimonianze rese da professionisti e le esperienze di tirocinio in azienda serviranno ad avvicinare alla pratica quotidiana della gestione aziendale. Lo sviluppo delle conoscenze sarà verificato con apposite prove in itinere e alla fine di ogni corso, sia con test oggettivi, sia con tecniche soggettive. Si terranno in considerazione la ritenzione di informazioni, la competenza linguistica specialistica, la capacità di organizzare i concetti, di rielaborare e produrre idee nuove.

7. Il laureato deve essere in grado di utilizzare concetti, schemi e modelli appresi per diagnosticare problemi organizzativi inerenti ai rapporti socio-economici e per ideare strategie di soluzione. Lo sviluppo delle capacità di applicazione sarà in parte ottenuto nelle stesse lezioni frontali, impostate dai docenti in modo da avere costantemente presenti i risvolti applicativi, ma sarà principalmente frutto della didattica attiva. A riguardo saranno utilizzate discussioni, esercitazioni, case studies e project works. L'esperienza di tirocinio dovrà essere l'occasione per un primo approccio alla realtà concreta aziendale, con un transfer delle conoscenze, dei modelli concettuali e delle strategie apprese in modo teorico. Perciò sarà di regola accompagnata da lavoro di reporting e progettazione. Lo sviluppo delle capacità di applicazione sarà verificato con le stesse prove adoperate per gli obiettivi di conoscenza, sia formative che sommative.

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

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

### **Obiettivi formativi specifici in ambito linguistico:**

A conclusione del percorso formativo gli studenti avranno un'ottima conoscenza della lingua inglese.

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

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

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

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

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

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

Lo studente dovrà conoscere e comprendere

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



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

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

Tali obiettivi formativi sono conseguiti, in particolare, negli insegnamenti relativi agli ssd SPS/07, M-PSI/01, SPS/09, SPS/10, IUS/13.

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

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

### **Area manageriale e di strategia aziendale:**

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

Lo studente dovrà conoscere e comprendere

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

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

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

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

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

### **Area comunicazione e linguaggi:**

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

Lo studente deve conoscere e comprendere le teorie e le tecniche di comunicazione e dei linguaggi, spaziando dall'ambito culturale a quello pubblicitario, anche attraverso i nuovi media e le piattaforme digitali. Lo studente deve conoscere tecniche e metodi per analizzare la comunicazione aziendale in relazione agli obiettivi aziendali. Inoltre deve conoscere le teorie e tecnologie dell'informazione e della comunicazione che le organizzazioni possano utilizzare come mezzo di risoluzione automatica di problemi in un contesto globale, i sistemi informativi per la loro gestione e la connessione tra vecchi e nuovi media. Infine, deve conoscere gli elementi di base di un'altra lingua europea (a scelta dello studente tra inglese, francese, spagnolo e tedesco).

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

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

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

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



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

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

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

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

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

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

### Art. 5 – Ambiti occupazionali previsti

1. Gli ambiti occupazionali previsti sono così descritti.

#### Funzione in un contesto di lavoro:

Le funzioni delle figure professionali formate dal CdS riguardano:

- la promozione delle relazioni pubbliche e dell'immagine di un'impresa o di un'organizzazione scrivendo testi, selezionando e diffondendo materiale pubblicitario, organizzando e sponsorizzando eventi di



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

particolare importanza e visibilità e attività simili non direttamente collegate alla promozione pubblicitaria;

- la conduzione di ricerche, studi e valutazioni nel campo dell'organizzazione, della progettazione, definizione delle procedure e dei servizi amministrativi, del controllo dei costi d'impresa, in linea con le necessità dell'impresa;

- la definizione di criteri e di programmi di selezione del reclutamento del personale, dello sviluppo e degli investimenti in formazione;

- l'analisi e la definizione dell'organizzazione del lavoro, individuazione dei fabbisogni quantitativi e qualitativi di personale, redazione di organigrammi, procedure, job descriptions e istruzioni;

- la conduzione di ricerche sulle condizioni di mercato per individuare le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi, in ambito nazionale e internazionale; individuazione delle situazioni di competizione, con riferimento a prezzi, modalità di vendita e distribuzione.

### **Competenze associate alla funzione:**

Le competenze associate alle funzioni sono:

analizzare dati sulle vendite e produrre report

analizzare i fabbisogni di aziende ed organizzazioni

analizzare i profili e le prestazioni dei lavoratori

analizzare le modalità di organizzazione del lavoro

analizzare le motivazioni di acquisto e consumo dei prodotti

condurre analisi di mercato

controllare e supervisionare i processi produttivi o le attività svolte

coordinare la formazione del personale

curare i rapporti con i mezzi di informazione

curare le relazioni industriali

curare l'immagine dell'ente o dell'azienda

eseguire controlli di gestione

fare indagini ad hoc sui potenziali clienti

formulare previsioni economiche

gestire e aggiornare contenuti promozionali nei siti web

individuare modalità di vendita e di distribuzione di un prodotto/servizio

individuare strategie commerciali e di sviluppo per le aziende

integrare le informazioni rilevate con quelle provenienti da banche dati

monitorare i fabbisogni aziendali

organizzare conferenze stampa

organizzare e sponsorizzare campagne di comunicazione sociale

organizzare focus group

ottimizzare l'efficienza dell'organizzazione

predisporre o gestire strategie di comunicazione

presentare al cliente i risultati dell'indagine

redigere o predisporre testi per discorsi ufficiali o comunicati stampa

redigere o presentare rapporti o documenti

ricercare ed elaborare dati o informazioni sulle condizioni dei mercati

selezionare e diffondere materiale pubblicitario o informativo

studiare i prezzi e i posizionamenti dei prodotti

studiare i trend

studiare o realizzare materiale pubblicitario

valutare e innovare le procedure di gestione e organizzative dell'impresa

valutare i risultati economici dell'impresa

valutare il rendimento del personale

## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

valutare le prestazioni dei lavoratori  
 analizzare gli scenari di rischio in contesti globali e locali  
 individuare nuovi mercati  
 potenziare la filiera produttiva in chiave internazionale  
 definire le strategie di business in chiave internazionale

### Sbocchi occupazionali:

Gli sbocchi occupazionali previsti per i laureati riguardano gli ambiti manageriali e professionali della comunicazione interna, delle relazioni pubbliche e dello sviluppo nei mercati globali. Le figure professionali formate possono inserirsi in diversi ambiti con il compito di favorire i processi di comunicazione, di migliorare la gestione delle risorse, dei prodotti e dei servizi e di implementare strategie di business anche in ambito internazionale. Il laureato può affiancare chi ha responsabilità di vertice e di decision making aziendale e divenire anello di collegamento col resto dell'azienda e col mondo esterno. Viste le caratteristiche del profilo formativo e l'importanza assunta oggi dalla comunicazione nelle attività produttive, il laureato potrà trovare collocazione in pressoché tutte le attività economiche. Il CdS prepara alle seguenti professioni (codifiche ISTAT):

- a) Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private - (2.5.1.2.0)
- b) Specialisti in risorse umane - (2.5.1.3.1)
- c) Specialisti dell'organizzazione del lavoro - (2.5.1.3.2)
- d) Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
- e) Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate - (2.5.1.6.0)

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

### Requisiti per l'ammissione:

1. Per l'ammissione al CdS occorre essere in possesso di una laurea di primo livello conseguita in Università italiane o altro titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo. Inoltre, poiché il CdS è impartito in lingua inglese, è richiesta obbligatoriamente la conoscenza della lingua inglese ad un livello adeguato alla comprensione degli insegnamenti.

2. Per i candidati in possesso di un titolo di laurea in italiano, i requisiti curriculari sono soddisfatti possedendo una laurea triennale in una delle seguenti classi del DM 270/2004 (o corrispondenti nell'ex DM 509/99):

- L3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
- L15 Scienze del turismo
- L16 Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
- L18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale
- L20 Scienze della comunicazione
- L33 Scienze economiche
- L36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali

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

almeno 10 cfu nei settori INF/01 o ING - INF/05, o in eventuali abilità informatiche
--

almeno 10 cfu nei settori SPS/07, SPS/08, SPS/09 o SPS/10;
--

almeno 10 cfu nei settori SECS-P/01, SECS-P/02, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10,
--

4. Si richiede, altresì, un adeguato livello di competenze logiche e matematiche, di analisi, comprensione e produzione di testi orali e scritti, di problem solving e automatizzazione dei processi, e il possesso di skills sociali e comunicative. L'adeguatezza delle conoscenze richieste viene verificata tramite un questionario

## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

e/o un colloquio con il corpo docente del Corso di Studi. Eventuali lacune riscontrate verranno colmate attraverso percorsi *ad hoc*.

5. Per l'iscrizione al CdS in "Management and Business Communication" è altresì richiesta la conoscenza della lingua inglese ad un livello adeguato alla comprensione degli insegnamenti. Tale conoscenza viene ritenuta già acquisita per lo studente che dimostra di:

- essere in possesso di apposita certificazione internazionale corrispondente al livello di conoscenza "B1" rilasciato da un ente certificatore accreditato, il cui esame rispetti i parametri del Quadro Comune Europeo per le competenze linguistiche (CEFR);
- essere madrelingua;
- aver conseguito un diploma di laurea triennale (o titolo corrispondente) i cui corsi sono stati impartiti in lingua inglese.

6. Per gli studenti che non rientrano nei casi nei casi descritti al comma 5, l'adeguata conoscenza della lingua inglese viene verificata dalla "Commissione per le competenze linguistiche", mediante un questionario scritto e/o un colloquio orale. A tal fine, la suddetta Commissione può avvalersi della collaborazione degli esperti linguistici del Centro Linguistico di Ateneo o di altri esperti designati dal Preside della Facoltà. Qualora dovesse essere accertato un livello di conoscenza della lingua inglese inadeguato per la comprensione degli insegnamenti, la Commissione può richiedere allo studente la frequenza di un corso di lingua inglese ai fini del raggiungimento di un livello di conoscenza adeguato. Ulteriori conoscenze possedute dallo studente in lingue diverse dall'inglese possono essere riconosciute come aggiuntive ma non sostitutive a quella della lingua inglese.

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

ANNO DI CORSO	ANNUALITÀ	CFU
I ANNO	I	30
I ANNO	II	24
II ANNO	I	36
II ANNO	II	30

### Trasferimento da altri corsi di studio:

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

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

### Calendario e tipologia delle attività didattiche:

1. Le attività didattiche del CdS si svolgono, secondo quanto disposto dal Regolamento di Facoltà, per semestri in base ad un calendario approvato annualmente dalla Facoltà.
2. Le attività didattiche del CdS prevedono sia lezioni frontali, sia didattica interattiva, con discussioni e esercitazioni su case study e project work. La formazione è completata da testimonianze aziendali, esperienze di tirocinio e conversazioni o attività formative in lingua che preparano ad un'adeguatezza di inglese da conseguirsi prima di ultimare il percorso formativo. Possono inoltre essere previste attività di ricerca a supporto delle attività formative che caratterizzano il profilo del CdS. L'attività didattica del CdS è erogata interamente in lingua inglese.



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

3. Agli studenti iscritti al CdS è data la possibilità di perfezionare – mediante l'acquisizione di apposite certificazioni – le proprie conoscenze linguistiche, informatiche, comunicative e relazionali.
4. Le lezioni relative alle materie afferenti al CdS possono essere articolate su tre giorni settimanali al fine di facilitare e favorire la creazione di spazi di studio individuali degli studenti eventualmente ampliando l'arco temporale nell'ambito del quale l'insegnamento può essere impartito, nel rispetto della legislazione vigente. Il Consiglio del CdS, ai sensi dell'art. 46, c.7 punto C dello statuto di Ateneo, può, per ragioni didattiche e/o organizzative, anche a richiesta del singolo docente a contratto, autorizzare l'effettuazione di lezioni con cicli orari specifici.
5. Gli insegnamenti possono essere articolati in moduli. I moduli didattici che compongono gli insegnamenti si svolgono in successione all'interno del calendario semestrale e possono essere svolti anche in forma integrata da più docenti.
6. Ciascun credito formativo (CFU) corrisponde a 25 ore di attività formativa, comprensiva in 6 ore di didattica frontale per ciascun CFU.
7. La quantità di impegno complessivo di apprendimento svolto dallo studente a tempo pieno è fissata a 54 CFU, al I° anno e 66 CFU al II° anno del CdS.
8. Previa delibera del Consiglio di Facoltà, il CdS può mutuare da altro corso di laurea, sia interi moduli d'insegnamento, sia parte di essi, precisando, in questo ultimo caso, il corrispondente valore in CFU.

### **Frequenza ed esami:**

1. La frequenza alle lezioni non è obbligatoria, sino a diversa delibera del Consiglio di Facoltà.
2. I CFU attribuiti alle singole attività didattiche del CdS vengono acquisiti dallo studente con il superamento della relativa prova d'esame. La prova può essere scritta, orale o pratica: in ogni caso va assicurata adeguata pubblicità alla prova.
3. Per ogni modulo didattico sono previsti 7 appelli ordinari la cui data viene pubblicizzata almeno 30 giorni prima dell'inizio dell'appello. Nella stessa sessione, tra due successivi appelli d'esame di uno stesso insegnamento intercorrono almeno 7 giorni nelle sessioni autunnale, straordinaria e anticipo estiva; almeno 10 giorni nella sessione estiva. La prenotazione all'esame è obbligatoria e va effettuata fino a 2 giorni prima della data fissata per ciascun appello (compresi i giorni festivi, con esclusione del giorno dell'appello).
4. Lo studente che segue più moduli in successione dello stesso insegnamento svolge una sola prova finale nei normali appelli di esame, alla presenza di tutti i docenti che compongono la Commissione.

### **Propedeuticità:**

Nel CdS non sono previste propedeuticità.

5. Lo studente può recarsi all'estero, in qualità di exchange students o per lo svolgimento di attività di studio e/o ricerca finalizzato alla realizzazione della tesi di laurea, presso una delle università europee ed extraeuropee con cui l'ateneo di Teramo ha siglato o potrà siglare un accordo bilaterale di scambio.
6. Lo studente può altresì svolgere all'estero, presso enti o aziende convenzionate o da convenzionare, attività di tirocinio/stage curriculare.
7. Lo studente può acquisire presso un'Università europea fino a 60 CFU relativi ad attività previste dal Piano di Studio, purché il progetto rientri in una convenzione o un programma di cooperazione universitaria, sia stata ottenuta la preventiva approvazione da parte del Delegato Erasmus di Facoltà e siano comunque stati rispettati tutti gli adempimenti previsti dall'art. 5 del Regolamento di Ateneo per la mobilità studenti del quadro del Lifelong Learning Programme – Erasmus.



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

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

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. a), DM 270/2004, il Consiglio di Corso di Studio in Scienze della Comunicazione prevede, ai fini dell'arricchimento del percorso formativo del singolo studente, attività formative autonomamente scelte, coerenti con il progetto formativo.
2. Ai sensi del combinato disposto dei DM 270/2004 (art. 1, comma 1 lett. O) e art. 10, comma 5, lett. A)), DDMM 16/03/2007 (art. 3, comma 5) e DM 26/07/2007 (all. 1, punto 3, lett. N), allo studente è, altresì, garantita la possibilità di svolgere attività formative autonomamente scelte tra tutti gli insegnamenti attivati nell'Ateneo, purché coerenti con il progetto formativo del proprio Corso di studi. Lo studente che intenda sostenere un esame a scelta non incluso nel suo Piano di studi deve richiederne l'inserimento, indicando i relativi dati nell'apposito modulo presente nella Sezione "esami a scelta" scaricabile dalla pagina online della Facoltà. L'approvazione è demandata al Consiglio di Facoltà.

### Art. 9 – Tutorato

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

### Art. 10 – Stage e tirocini

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

1. Durante la propria carriera universitaria, lo studente dovrà acquisire 6 CFU attraverso attività di stage o altre attività formative quali workshops e seminari debitamente certificati. All'attività di stage sarà attribuito un credito formativo ogni 25 ore di attività regolarmente documentata attraverso il registro delle presenze e la relazione finale dello studente. L'attività di stage può essere svolta presso enti pubblici e privati convenzionati con l'Ateneo e/o direttamente con la Facoltà. Alla partecipazione ad altre attività, come workshops e seminari, verranno attribuiti crediti formativi in ragione dell'impegno e della durata dell'attività stessa, così come stabilito dal Consiglio di CdS e/o dal Consiglio di Facoltà.
2. In alternativa al conseguimento, secondo le modalità sopra esposte, dei 6 CFU previsti per la voce "stage and other activities", lo studente può chiedere al Consiglio di Facoltà il riconoscimento come crediti



## FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

formativi universitari, di abilità professionali, certificate ai sensi della normativa vigente in materia, nonché le altre conoscenze e abilità maturate in attività formative di livello post-secondario. Tali abilità, purché coerenti con gli obiettivi formativi del Corso, sono riconosciute in misura massima di 6 CFU, nel rispetto della normativa vigente in materia che ne consente il riconoscimento in misura non superiore a 12 CFU.

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

### **Ulteriori attività formative dello studente:**

1. Conformemente all'art. 10, c. 5, lett. d), DM 270/2004, il CdS in Management and Business Communication prevede, ai fini dell'arricchimento del percorso formativo del singolo studente, lo svolgimento di ulteriori attività formative volte a perfezionarne le conoscenze acquisite o comunque utili per l'inserimento nel mondo del lavoro, nonché attività volte ad agevolarne le scelte professionali.

2. Il numero di crediti riservati dal CdS alle ulteriori attività formative è pari a 6 CFU che possono essere conseguiti nell'ambito di workshops, stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali, nonché in tirocini da svolgersi all'interno del Corso di Studi e della Facoltà.

## **Art. 11 – Prova finale**

1. La prova finale per il conseguimento del titolo di studio consiste nella discussione di fronte ad una Commissione di un elaborato scritto, o a carattere multimediale, riguardante un argomento relativo ad una delle discipline previste dal CdS, e comporta l'acquisizione di 18 CFU.

Tali CFU vengono acquisiti nel momento in cui lo studente supera la prova finale ottenendo l'approvazione del lavoro svolto da parte della Commissione di Laurea, la quale attribuisce il voto di Laurea espresso in centodecimi.

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

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

4. La tesi deve essere inerente ad una delle tematiche specifiche del percorso formativo, deve essere preparata con la guida e la supervisione di un docente, deve rappresentare il resoconto di un momento di approfondimento individuale da attuarsi mediante una delle seguenti attività da parte dello studente:

a) Attività di ricerca empirica, attraverso cui lo studente ha la possibilità di acquisire ulteriori abilità tecniche, e/o di mettere a punto particolari metodi e procedure di indagine, e/o di sviluppare un progetto di ricerca.

b) Project work legato a stage presso una Azienda o un Ente che abbia stipulato una Convenzione con l'Ateneo, svolto sotto la responsabilità didattica-organizzativa di un supervisore universitario. Lo stage rappresenta una esperienza formativa attraverso cui lo studente, oltre a maturare i necessari CFU per il proprio percorso formativo, può maturare un'esperienza professionale nel mondo del lavoro e acquisire specifiche competenze professionali; può conoscere direttamente il mondo del lavoro risultando pertanto agevolato nelle proprie scelte professionali; può farsi conoscere nel mondo del lavoro e arricchire il proprio curriculum vitae.

c) Indagini di approfondimento teorico con disamina della letteratura e/o analisi di casi e formulazione di quesiti e ipotesi di ricerca e/o operativi con carattere originale.



**FACOLTA' SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

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

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

1. . Modifiche al presente Regolamento sono proposte dal Consiglio di CdS, approvate dal Consiglio di Facoltà e deliberate dal Senato Accademico previo parere favorevole del Consiglio di Amministrazione.
2. Per quanto non previsto dal presente Regolamento didattico si rinvia al Regolamento didattico di Ateneo.

## DIDATTICA PROGRAMMATA

I ANNO								
Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formativa	Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)	Eventuale mutuaione da altro corso di studio della Facoltà o di altre Facoltà	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
<b>Management and Business Strategy</b> - Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECSPP/07	Insegnamento	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2380&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=394&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=1&amp;SEL_CORSO=2380&amp;SELDOC=394">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2380&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=394&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=1&amp;SEL_CORSO=2380&amp;SELDOC=394</a>	12	72
<b>ICT for Organizations</b> - Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	INF/01	Insegnamento	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2381&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=227&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=2&amp;SEL_CORSO=2381&amp;SELDOC=227">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2381&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=227&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=2&amp;SEL_CORSO=2381&amp;SELDOC=227</a>	12	72
<b>Social and Psychological Research Methods</b> - Caratteri	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/07	Modulo 1 - Basic Concepts on Measurement	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2912&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=355&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=4&amp;SEL_CORSO=2912&amp;SELDOC=355">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2912&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=355&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT_CDS=U&amp;SEL_CDS=108&amp;SELCOMP=4&amp;SEL_CORSO=2912&amp;SELDOC=355</a>	6	36
	Attività formative	M-PSI/01	Modulo 2- Surveys and	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC</a>	6	36

### DIDATTICA PROGRAMMATTA

zzante modulo 1/Affine modulo 2	affini e integrativ e		Behavioural Tests			<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2913&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=355&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT CDS=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=5&amp;SEL CORSO=2913&amp;SELDOC=355">C_ID=2913&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=355&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT CDS=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=5&amp;SEL CORSO=2913&amp;SELDOC=355</a>			
<b>Logic and Decision Making</b> - Affine	Attività formative affini e integrative	M-FIL/02	Insegnamento	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2511&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=153&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT CDS=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=6&amp;SEL CORSO=2511&amp;SELDOC=153">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2511&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=153&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELT CDS=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=6&amp;SEL CORSO=2511&amp;SELDOC=153</a>	6	36	
<b>International Investment Law</b> – Affine	Attività formative affini e integrative	IUS/13	Insegnamento	No	No	<a href="http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2892&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=1&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELTCD S=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=7&amp;SELCO RSO=2892&amp;SELDOC=1">http://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServePG.php/P/58601UTE0641?&amp;VRIC_p rovenienza=5858&amp;rifm=1UTE0441&amp;VRIC_ID=2892&amp;VRIC_AA=2018&amp;VRIC_IDOC=1&amp;SELAA=2018&amp;SELANNO=1&amp;SELTCD S=U&amp;SEL CDS=108&amp;SELCOMP=7&amp;SELCO RSO=2892&amp;SELDOC=1</a>	6	36	
<b>Uno a scelta dello studente tra:</b>									
<b>Sociology of Regional and Local Development</b> – Altre attività	A scelta dello studente	SPS/07	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_d ella_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_d ella_comunicazione</a>	6	36	
<b>Digital marketing</b> – Altre attività	A scelta dello studente	SECS-P/08	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_d ella_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_d ella_comunicazione</a>	6	36	
<b>II ANNO</b>									



### DIDATTICA PROGRAMMATA

Tipologia attività formative (Base, caratterizzanti...)	Ambiti disciplinari	SSD	Attività formativa	Propedeuticità (=non si può sostenere l'esame se non si è prima sostenuto l'esame di)	Eventuale mutuaione da altro corso di studio della Facoltà o di altre Facoltà	Obiettivo formativo specifico dell'attività formativa	CFU	ORE
<b>Project and Communication Management</b> - Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/07	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	12	72
<b>Human Resource Management</b> – Caratterizzante	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/09	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	36
<b>Semiotics of Consumption and Advertising</b> - Caratterizzante	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi	M-FIL/05	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	36



### DIDATTICA PROGRAMMATA

<b>Globalization, International Development and New Markets</b> – Caratteristiche	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SPS/10	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	36
<b>European Economy</b> – Caratteristiche	Discipline della comunicazione pubblica e d'impresa	SECS-P/02	Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	36
<b>Elective courses</b> – Altre Attività	A scelta dello studente		Insegnamento	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	36
<b>Stage and other activities</b> – Altre Attività	Tirocini formativi e di orientamento		Stage, Tirocini e/o Workshop	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	6	150
<b>Dissertation</b> – Altre Attività	Per la prova finale		Dissertazione	No	No	<a href="https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione">https://www.unite.it/UniTE/Scienze_della_comunicazione</a>	18	-