



QUADRO A1

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni

E' attualmente in corso una consultazione delle parti sociali in forma di questionario somministrato a rappresentanti di aziende, istituzioni, associazioni categoriali. Il questionario è stato discusso e corretto dal Consiglio di cdl.

In precedenza si erano svolti diversi incontri, formali e informali, con esponenti delle categorie interessate.

Il precedente incontro formale risale al 2008. Alla riunione partecipano i Docenti referenti per i Corsi di studio riformati e le seguenti istituzioni ed enti: Fondazione Bricherasio, Castello di Rivoli Museo di Arte Contemporanea, Provincia di Torino, Direzione regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Piemonte, Centro Studi Africani, International Council of Museum. Il Preside introduce i criteri e le linee di trasformazione e istituzione dell'offerta formativa della Facoltà (riduzione della frammentarietà dei corsi, previsione di una comune formazione di base nei vari curricula, completamento dell'offerta di II livello). Le parti intervenute prendono atto che il Corso di laurea in Scienze della comunicazione fornisce una conoscenza di base delle discipline che studiano la comunicazione mediata da reti informatiche, televisione, etc., sotto il profilo storico e analitico dei linguaggi e dei sistemi tecnici e sociali che le attivano, rilevando con soddisfazione che il nuovo impianto favorisce uno sbocco immediato in professioni tecniche e organizzative della comunicazione, delle pubbliche relazioni e dell'industria culturale.

QUADRO A2.a

Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperti di marketing e di analisi statistica dei target e degli andamenti del mercato

funzione in un contesto di lavoro:

funzioni di supporto al planning strategico delle aziende e specificamente di ricerca per la programmazione di medio periodo

competenze associate alla funzione:

competenze di marketing e analisi delle audience, di studio statistico, conoscenza dei sistemi produttivi, e competenze di base di economia

sbocchi professionali:

esperti di marketing e di analisi strategica nelle grandi imprese e nei sistemi produttivi anche inter-aziendali, su base di settore o territoriale, particolarmente presenti sul territorio nazionale

Addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico

funzione in un contesto di lavoro:

addetti alle pubbliche relazioni, all'organizzazione di fiere, ricevimenti e altri eventi, di promozione in generale

competenze associate alla funzione:

competenze relative alla promozione e ai suoi linguaggi, al riconoscimento delle diverse audience, alle metodologie espositive

sbocchi professionali:

Addetti alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico nelle imprese e nelle istituzioni

Esperti della multimedialità

funzione in un contesto di lavoro:

con funzione di progettazione e realizzazione di prodotti, dai siti web ai sistemi di inter-connesione, dai video-giochi alle applicazioni con funzione di gestione dei patrimoni

competenze associate alla funzione:

competenze di linguaggi audiovisivi e trans-mediali, di gestione di basi di dati statistici, di comunicazione via rete

sbocchi professionali:

sbocchi nel crescente settore della comunicazione istituzionale via web, dell'elaborazione di prodotti multimediali dentro e fuori l'industria culturale, della gestione di dati e archivi.

Esperti nell'istruzione a distanza

funzione in un contesto di lavoro:

con funzione di progettazione e realizzazione di prodotti mirati, o di organizzazione delle reti di e-learning o di tutoraggio

competenze associate alla funzione:

competenze di linguaggi audiovisivi e trans-mediali, di gestione di basi di dati statistici, di comunicazione via rete

sbocchi professionali:

sbocchi nel settore della formazione di base, professionale e superiore pubblica e privata.

Professionisti nelle aziende editoriali (librerie e periodiche)

funzione in un contesto di lavoro:

con funzione di progettazione e realizzazione di prodotti in particolare e-book e giornali/blog on line, di supporto info-telematico ai prodotti editoriali, di ricerca e di editing con le nuove tecnologie

competenze associate alla funzione:

competenze di cultura generale (incluse solide basi letterarie e una competenza pluri-linguistica), conoscenza di linguaggi audiovisivi e trans-mediali e comunicazione via rete

sbocchi professionali:

sbocchi nella crescente area dell'industria culturale che a partire da prodotti relativamente tradizionali muove verso settori più innovativi.

Professionisti nelle agenzie pubblicitarie

funzione in un contesto di lavoro:

con funzione di supporto alla progettazione e realizzazione di campagne, in ogni fase del servizio e di supervisione culturalmente avvertita alla pianificazione

competenze associate alla funzione:

competenze di cultura generale (incluse solide basi letterarie e una competenza pluri-linguistica), conoscenza di linguaggi audiovisivi e trans-mediali e comunicazione via rete, capacità di scrittura

sbocchi professionali:

sbocchi in un settore che sebbene provato dalla crisi è ancora tra i più attivi dell'area comunicazione.

Professionisti esecutivi nella radio e nella televisione

funzione in un contesto di lavoro:

con funzione di progettazione e realizzazione di prodotti, di supporto info-telematico ai prodotti e ai canali, di ricerca e di montaggio con le nuove tecnologie

competenze associate alla funzione:

competenze di cultura generale (incluse solide basi letterarie e una competenza pluri-linguistica), conoscenza di linguaggi audiovisivi, con specifica attenzione a radio e TV; e trans-mediali e comunicazione via rete

sbocchi professionali:

sbocchi nel broadcasting nel suo insieme, senza sottovalutare la domanda da parte del settore radiofonico (che resta in diversi paesi tra cui il nostro secondo solo alla TV per audience e per investimenti anche pubblicitari).

Organizzatori di eventi dal vivo**funzione in un contesto di lavoro:**

con funzione di progettazione e realizzazione di eventi, di supporto info-telematico alla loro promozione, di uso delle tecnologie di comunicazione vecchie e nuove al fine della programmazione, promozione, resa spettacolare o comunicativa, preservazione della memoria

competenze associate alla funzione:

competenze di cultura generale (incluse solide basi letterarie e una competenza pluri-linguistica), conoscenza di linguaggi audiovisivi, e trans-mediali e comunicazione via rete; competenza nelle specificità socio-culturali di eventi musicali, teatrali, socio-culturali come festival, momenti fieristici, iniziative mirate a pubblici mirati o generali

sbocchi professionali:

sbocchi nel sistema della produzione culturale locale e nazionale, nella produzione e diffusione della musica di ogni genere, nella vita delle imprese e delle istituzioni.

QUADRO A2.b**Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)**

1. Tecnici statistici - (3.1.1.3.0)
2. Tecnici dell'organizzazione e della gestione dei fattori produttivi - (3.3.1.5.0)
3. Tecnici della vendita e della distribuzione - (3.3.3.4.0)
4. Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
5. Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
6. Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
7. Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate - (3.4.1.1.0)
8. Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)
9. Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)
10. Tecnici dell'organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale - (3.4.3.2.0)

QUADRO A3**Requisiti di ammissione**

Competenze di base di lingua italiana, lingua inglese, matematica, cultura generale contemporanea, eventualmente compensate mediante corsi di riallineamento.

QUADRO A4.a**Obiettivi formativi specifici del Corso**

Il corso intende fornire una conoscenza di base delle discipline che studiano la comunicazione mediata da reti informatiche, televisione, radio, cinema, editoria sotto il profilo storico e analitico dei linguaggi e dei sistemi tecnici e sociali che l'attivano. Gli esami dei primi due anni nei settori INF/01 (Informatica), SPS/08 (Sociologia dei processi culturali e comunicativi), M-FIL/05 (Semiologia), L-LIN/01 (Linguistica generale), L-ART/06 (Storia dei mezzi di comunicazione) hanno questo scopo.

Intende inoltre fornire una conoscenza delle istituzioni delle discipline che analizzano fenomeni e processi della economia, società e cultura contemporanea veicolati dalla comunicazione e la storia contemporanea che li contestualizza e collega. Gli esami dei primi due anni nei settori SECS/P01 e 02 (Istituzioni di micro e macroeconomia), SPS/07 (Sociologia generale e Metodologia della ricerca, M-STO/04 (Storia contemporanea) hanno questo scopo. Il corso nella sua componente di base obbligatoria rafforza anche la conoscenza della cultura letteraria del novecento, spesso trascurata nella scuola superiore e non abbastanza aperta verso l'estero, mediante contenuti specifici forniti dai settori L-FIL-LET/11 e L-LIN/11 (Letteratura italiana contemporanea e Letteratura angloamericana)

Su questa base si innestano attività formative di tipo metodologico e gestionale rivolte a sviluppare capacità professionali, conoscenza di alcuni media specifici, metodi e tecniche di ricerca sociale, analisi e documentazione. Le metodologie sono applicate a contenuti della cultura dell'impresa, del servizio pubblico, dei territori, dell'industria culturale e della comunicazione di massa. Preparano così gli studenti ad una filiera di Master e lauree magistrali specializzati in questi singoli ambiti. Un'ampia scelta di settori di tipo sociologico, psicologico, giuridico, economico aziendale, storico, letterario, scientifico, informatico consente piani di studio, orientati con adeguata tutorship, opportunamente diversificati per avere valore in senso culturale e in senso preprofessionalizzante.

QUADRO A4.b**Risultati di apprendimento attesi****Conoscenza e comprensione****Capacità di applicare conoscenza e comprensione****Area Generica****Conoscenza e comprensione**

Il laureato acquisisce conoscenze di base nelle scienze della comunicazione e nelle scienze umane, economiche e sociali che analizzano il novecento. Grazie alle istituzioni di queste scienze e alle relative metodologie e tecniche di ricerca basilari è in grado di comprendere il mondo contemporaneo e il ruolo della comunicazione mediata in esso, in generale. Corsi frontali, prove scritte e test in itinere e finali guidano e verificano il possesso di tali conoscenze

Il laureato acquisisce la capacità di analizzare testi a fini di comunicazione mediata e contestualizzarli, in italiano e in inglese. Oltre alle prove anzidette anche la prova finale e la sua tutorship formano e verificano tale capacità di analisi

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato applica la conoscenza acquisita e la capacità di comprensione della realtà della comunicazione operando in ambiti diversi della comunicazione a fini commerciali, pubblici, di promozione del territorio: le imprese, il lavoro e i servizi collettivi, l'opinione pubblica, la cultura, le città, la memoria collettiva. Trattazioni specifiche di più ambiti sono richieste in sede di esame e di prova finale sulla base di elementi forniti ai corsi.

Il laureato possiede abilità specifiche nella produzione di

- siti e applicazioni informatiche di base
- testi per la comunicazione nei media
- documentazione su problemi e fenomeni rielaborando fonti molteplici di informazione e finalizzando il testo prodotto o scopi conoscitivi, decisionali, di comunicazione.

Tali capacità saranno formate e verificate negli stage monitorati e nei laboratori proposti ai candidati, oltre che nei corsi ad esse dedicati nel terzo anno

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

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

INFORMATICA [url](#)

ISTITUZIONI DI ECONOMIA I A [url](#)

ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA A [url](#)

LABORATORIO DI INGLESE [url](#)

LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA D [url](#)

MACROECONOMIA I A [url](#)

MEDIA: STORIA E TEORIA [url](#)

MICROECONOMIA I A [url](#)

STORIA CONTEMPORANEA M [url](#)

LABORATORIO DI ITALIANO [url](#)

LINGUA E LETTERATURA ANGLO-AMERICANA D [url](#)

LINGUISTICA GENERALE [url](#)

SEMIOTICA [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE A [url](#)

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE B [url](#)

ALTRE ATTIVITA' I [url](#)

CINEMA E COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA [url](#)

COMUNICAZIONE VISIVA [url](#)

CULTURE E TECNICHE DEL SUONO E DELLA MUSICA [url](#)

DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE A [url](#)

FILOSOFIA DELLA CULTURA [url](#)

INTRODUZIONE BASI DATI E SISTEMI INFORMATIVI [url](#)

LABORATORI VARI I [url](#)

METODI DI ANALISI DEL CONTENUTO DEI MEDIA [url](#)

METODOLOGIA E TECN. DELLA RICERCA SOCIALE A [url](#)

MICROECONOMIA II A [url](#)

PSICOLOGIA GENERALE E DELLA COMUNICAZIONE [url](#)

SEMIOTICA DEL TESTO [url](#)

SEMIOTICA DELLA PUBBLICITA' [url](#)

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI [url](#)

STAGE [url](#)

TEORIA DELLA NARRAZIONE [url](#)

TEORIE E TECNICHE DEI NUOVI MEDIA [url](#)

WEB DESIGN [url](#)

QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

Il laureato è in grado di effettuare valutazioni autonome in base alla comprensione di fenomeni complessi, inerenti la attendibilità e pertinenza delle fonti di informazioni utilizzate e la contestualizzazione dei fenomeni stessi.
E' in grado di effettuare valutazioni operative circa l'adeguatezza di mezzi e linguaggi pubblici da

	raggiungere in una varietà di situazioni lavorative. Particolare attenzione, nelle modalità della didattica corrente e nella valutazione , verrà dedicata a formare e premiare queste capacità critiche.
Abilità comunicative	Si richiede in particolare ai laureati chiarezza e capacità di sintesi nella produzione di testi in italiano, appropriatezza di linguaggio in quelli in inglese, efficacia della esposizione orale mediante supporti (immagini, power point..) , impiego efficace di un mezzo di comunicazione oggetto di attività laboratoriale I laboratori obbligatori e la tutorship e valutazione della prova finale valorizzano in particolare tali abilità.
Capacità di apprendimento	Il laureato è in grado di apprendere con rapidità linguaggi e tecniche di comunicazione e metodologie di analisi specifiche e avanzate, sviluppare competenze e curiosità intellettuali su contenuti diversi e mutevoli a fini di comunicazione, definire il proprio ruolo e contributo a organizzazioni di produzione di servizio con fabbisogni di comunicazione ed entro agenzie specifiche di comunicazione (pubbliche relazioni, editoriale industria culturale, pubblicità ecc) Corsi laboratori e stage promuovono tali abilità .

QUADRO A5	Prova finale
------------------	---------------------

La prova finale consiste nella discussione di una relazione intorno alle 40-50 cartelle

La relazione, che dovrebbe dimostrare l'impegno di studio e di riflessione dello studente e costituire un primo approccio al lavoro scientifico, può consistere: a) nell'inquadramento dello stato della questione e nella rassegna critica della letteratura scientifica relativa ad un argomento circoscritto; b) in un saggio breve di ricerca originale a carattere esemplare; c) in un progetto di massima relativo all'impostazione di un'indagine sul campo o su dati di tipo statistico o ancora su altre fonti parzialmente originali o all'elaborazione di un prodotto informatico o audiovisivo o radiofonico d. in una relazione su un lavoro svolto o esperienza di tirocinio o altro, relazione che dovrà esporre accuratamente il progetto iniziale, i risultati ottenuti e le cause di un'eventuale discrepanza tra questi e le ipotesi di partenza. Ogni tesi sarà discussa con un contro-relatore.

3. La valutazione conclusiva della carriera dello studente dovrà tenere conto delle valutazioni sulle attività formative precedenti sulla base della media dei voti conseguiti e sulla prova finale nonché di ogni altro elemento rilevante.



QUADRO B1.a

Descrizione del percorso di formazione

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Piano carriera

QUADRO B1.b

Descrizione dei metodi di accertamento

Ogni "scheda insegnamento", in collegamento informatico al Quadro A4-b, indica, oltre al programma dell'insegnamento, anche il modo in cui viene accertata l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento da parte dello studente.

Ogni "scheda insegnamento", in collegamento informatico al Quadro A4-b, indica, oltre al programma dell'insegnamento, anche il modo in cui viene accertata l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento da parte dello studente.

QUADRO B2.a

Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

<http://comunicazione.campusnet.unito.it/do/lezioni.pl/Search?>

QUADRO B2.b

Calendario degli esami di profitto

<https://esse3.unito.it/ListaAppelliOfferta.do?EnableLayout=1>

QUADRO B2.c

Calendario sessioni della Prova finale

<http://www.scienzeumanistiche.unito.it/it/la-scuola/calendario-didattico>

QUADRO B3

Docenti titolari di insegnamento

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	INF/01	Anno di corso 1	INFORMATICA link	GENA CRISTINA	RU	12	36	
2.	INF/01	Anno di corso 1	INFORMATICA link	GLIOZZI VALENTINA	RU	12	36	
3.	SPS/07	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA A link	D'AGATI MARINA	RU	12	36	
4.	SPS/07	Anno di corso 1	ISTITUZIONI DI SOCIOLOGIA A link	SCIOLLA LOREDANA	PO	12	36	
5.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI INGLESE link	CAVALLARI LORELLA		3	120	
6.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI INGLESE link	RESTALDI SIMONE		3	120	
7.	NN	Anno di corso 1	LABORATORIO DI INGLESE link	RUFFA ANTONELLA		3	120	
8.	L-FIL-LET/11	Anno di corso 1	LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA D link	GIOVANNUZZI STEFANO	RU	6	36	
9.	SECS-P/01	Anno di corso 1	MACROECONOMIA I A (<i>modulo di ISTITUZIONI DI ECONOMIA I A</i>) link	SAU LINO	PA	6	36	
10.	L-ART/06	Anno di corso 1	MEDIA: STORIA E TEORIA link	ORTOLEVA GIUSEPPE	PO	12	72	
11.	SECS-P/01	Anno di corso 1	MICROECONOMIA I A (<i>modulo di ISTITUZIONI DI ECONOMIA I A</i>) link	SAU LINO	PA	6	36	
12.	M-STO/04	Anno di corso 2	STORIA CONTEMPORANEA M link	SCAVINO MARCO	RU	12	72	

QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Aule del CdS

Link inserito:

http://comunicazione.campusnet.unito.it/do/aule.pl/Search?search=%7Btipologia%7D+eq+%22Aula+didattica%22;fields=_delete;title=

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: Aule informatiche CISI

Link inserito: <http://cisiweb.unito.it/>

QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Sale Studio

Link inserito: <http://www.unito.it/>

QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Biblioteche dell'Ateneo

Link inserito: <http://www.unito.it/ateneo/strutture-e-sedi/biblioteche>

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

Le attività di orientamento, in stretto raccordo con il mondo della Scuola, con le Istituzioni locali e l'Ente regionale per il Diritto allo Studio Universitario (EDISU Piemonte), prevedono iniziative di tipo informativo (come ad esempio le Giornate di Orientamento), formativo e consulenziale rivolte alle future matricole ed in particolare agli studenti degli ultimi anni delle scuole superiori che intendono proseguire i propri studi e iscriversi all'Università.

Dal portale di Ateneo è consultabile anche uno strumento on line di orientamento agli sbocchi professionali dei singoli corsi di studio, l'Atlante delle professioni (cfr. www.atlantedelleprofessioni.it)

L'elenco delle attività, periodicamente aggiornato, è disponibile sul portale di Ateneo www.unito.it nella sezione Orientamento raggiungibile dall'indirizzo

http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/P31600112311251280696150

Il CdS ha predisposto una brochure di presentazione del corso che oltre ad esporre sinteticamente ma in modo esaustivo le caratteristiche del corso stesso e gli sbocchi professionali chiarisce gli aspetti che differenziano il CdS dell'Università di Torino da altri analoghi e orienta le aspettative degli studenti dissipando possibili equivoci. Oltre alla distribuzione della brochure nelle iniziative di orientamento dell'Università il corso è stato presentato dal suo presidente o da altri docenti nel corso delle giornate di orientamento. Nella primavera 2014-15 oltre alla brochure e alle presentazioni del corso di laurea verranno proposte 6 prime lezioni di materie rappresentative del CdS.

Il tutorato comprende attività di assistenza agli studenti finalizzate a rendere più efficaci e produttivi gli studi universitari, dal tentativo di colmare la distanza tra la scuola secondaria e il mondo universitario nelle prime fasi della loro carriera, a quello di migliorare la qualità dell'apprendimento e fornire consulenza in materia di piani di studio, mobilità internazionale, offerte formative prima e dopo la laurea.

Maggiori informazioni sul portale di Ateneo all'indirizzo

http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/tutorato9

Il Presidente del CdS riceve settimanalmente gli studenti ed è a loro disposizione anche via mail, con il supporto del segretario del CdS e della segreteria didattica per le questioni relative al piano carriera. Per il tutorato riguardante tirocini e stage, il Presidente del CdS indirizza gli studenti ai docenti delle materie più vicine a tali attività didattiche.

Gli studenti sono indirizzati ai servizi di tutorato dal sito di Scienze della comunicazione.

Descrizione link: Servizi di tutorato

Link inserito: http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/tutorato9

Il servizio di Job Placement ha lo scopo di facilitare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro, orientando le scelte professionali di studenti e neolaureati, favorendo i primi contatti con le aziende e assistendo enti pubblici ed aziende nella ricerca e selezione di studenti e laureati.

Un applicativo online offre la possibilità di effettuare il matching tra domanda-offerta, permettendo di pubblicare le offerte di lavoro e di tirocinio extracurricolare di aziende ed enti accreditati e permettendo agli studenti e laureati di proporre la propria candidatura per le offerte di interesse.

Maggiori informazioni sul portale di Ateneo all'indirizzo

https://fire.rettorato.unito.it/jp/pubb_offerte/ricercaofferta.php

Il CdS sulla base degli accordi con istituzioni e imprese, e anche della presenza al suo interno di docenti con relazioni privilegiati in tali campi indirizza gli studenti ai possibili tirocini e stage; ma accoglie anche le proposte in tal senso di studenti e altri soggetti previo un esame delle proposte. Tali attività seguono le procedure stabilite per l'inserimento nei piani carriera. Ogni stage inoltre ha un tutor universitario e un tutor esterno, ed è prevista l'approvazione del rapporto finale dello studente da parte del tutor universitario.

Link inserito: https://fire.rettorato.unito.it/jp/pubb_offerte/ricercaofferta.php

E' stata formata all'interno del Consiglio del CdS una Commissione Erasmus a cui vengono indirizzati gli studenti per i learning agreement (con il concorso dei docenti più specificamente interessati) ed eventualmente per le richieste di cambiamento. La Commissione Erasmus d'intesa con il Consiglio e il suo Presidente definisce gli indirizzi da comunicare agli studenti per favorire la fecondità dei periodi all'estero.

Descrizione link: Mobilità internazionale degli studenti

Link inserito: <http://www.unito.it/internazionalita/studiare-e-lavorare-alleestero/mobilita-studenti/erasmus-traineeship>

Atenei in convenzione per programmi di mobilità internazionale

Ateneo/i in convenzione	data convenzione	durata convenzione A.A.
NEW BULGARIAN UNIVERSITY (Sofia BULGARIA)	29/01/2014	
University of Helsinki (Helsinki FINLAND)	15/11/2013	
Universitatea "Vasile Alecsandri" din Bacau (Bacău ROMANIA)	25/11/2013	
Université de Franche Comté (Besançon FRANCE)	20/11/2013	
University of Tartu (Tartu ESTONIA)	11/11/2013	
Universidade Nova de Lisboa (UNL) (Lisbona PORTUGAL)	22/01/2014	
Université Lumiere (Lyon 2) (Lyon FRANCE)	14/01/2014	
Aristotle University of Thessaloniky (Thessaloniki GREECE)	12/11/2013	
Universidad de Sevilla (Siviglia SPAIN)	27/12/2013	

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

Grazie alla partecipazione dell'Ateneo a progetti promossi da Enti locali e altri soggetti pubblici (Regione e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali), vengono attivate sperimentazioni di percorsi di accompagnamento al lavoro di giovani laureati, come assistenza nella stesura del curriculum vitae e preparazione al colloquio di lavoro.

Maggiori informazioni sul portale di Ateneo all'indirizzo

http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/job_placement9

Descrizione link: Job Placement e Tirocini

Link inserito: http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/job_placement9

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

L'Ateneo partecipa ad altre iniziative, come fiere del lavoro o career day volti ad offrire orientamento al lavoro, occasioni di incontro e confronto tra laureandi, laureati e responsabili di aziende nazionali e internazionali e di enti di formazione per una ricerca attiva di informazioni su opportunità professionali e occasioni formative.

Inoltre l'Ateneo collabora con la Regione nella promozione dell'Apprendistato in Alta Formazione.

Maggiori informazioni sul portale di Ateneo all'indirizzo

http://www.unito.it/unitoWAR/page/istituzionale/servizi_studenti1/iniziative_incontri9

Link inserito: <http://www.unito.it/servizi/lo-studio/job-placement/iniziative-e-incontri>

QUADRO B6

Opinioni studenti

L'analisi e il commento dei risultati della valutazione della didattica da parte degli studenti sarà effettuato in sede di riesame annuale. Gli elementi su cui si concentrerà maggiormente l'analisi saranno le proposte emerse negli commenti degli studenti e gli elementi critici emersi nel report dello scorso anno (per esempio, una divergenza tra i giudizi relativi agli aspetti organizzativi, prevalentemente negativi, e quelli relativi alla qualità degli insegnamenti e dei servizi propriamente didattici, nettamente positivi).

Link al report delle opinioni degli studenti:

Descrizione link: Report delle valutazioni degli studenti

Link inserito:

<http://comunicazione.campusnet.unito.it/do/documenti.pl/Search?max=50;grouping=and;f:1=titolo;v:1=opinione;history=1;sort=DEFAULT>

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

I dati sono tratti dalla XVI Indagine realizzata da Alma Laurea sui laureati italiani relativamente all'anno 2013 (riquadro 7: Giudizi sull'esperienza universitaria) e si riferiscono ai due corsi di studio (CdS) in Scienze della Comunicazione (codici Miur 14 e L-20). Complessivamente i laureati sono stati 73 (24 nel CdS cod. 14, 49 nel CdS cod. L-20). Sul piano quantitativo si è registrato un lieve decremento rispetto all'anno precedente, quando i laureati erano stati 94 (rispettivamente 71 e 23 nei due CdS). Al questionario hanno risposto 72 laureati (tutti tranne un laureato nel CdS cod. 14).

Una larga maggioranza dei laureati si è dichiarata complessivamente soddisfatta del corso di laurea seguito: il 59,7% più sì che no (60,9% CdS 14; 59,2% CdS L-20), il 20,8% decisamente sì (13% CdS 14; 24,5% CdS L-20).

Per quanto riguarda il grado di soddisfazione dei rapporti con i docenti, il 70,8% si è espresso con più sì che no (69,6% CdS 14; 71,4% CdS L-20), il 6,9% si è espresso con decisamente sì (nessuno tra i laureati con ordinamento 14, 10,2% CdS L-20).

Rispetto al grado di soddisfazione dei rapporti con gli altri studenti, il 48,6% ha dichiarato decisamente sì (52,2% CdS 14; 46,9% CdS L-20).

Nella valutazione delle aule, il 44,4% le ha giudicate spesso adeguate (34,8% CdS 14; 49% CdS L-20), mentre solo il 2,8% le ha giudicate sempre o quasi sempre adeguate (nessuno tra i laureati con ordinamento 14; 4,1% con ordinamento L-20).

Nella valutazione delle postazioni informatiche, il 56,9% ha dichiarato che erano presenti, ma in numero inadeguato (47,8% CdS 14; 61,2% CdS L-20), mentre il 36,1% ha dichiarato che erano presenti e in numero adeguato (rispettivamente 39,1% e 34,7% nei due CdS).

La valutazione delle biblioteche è stata decisamente positiva per il 13,9% dei laureati (17,4% CdS 14; 12,2% CdS L-20) e abbastanza positiva per il 59,7% (rispettivamente 52,2% e 63,3%).

Alla domanda se il carico di studio degli insegnamenti sia stato complessivamente sostenibile, il 41,7% ha risposto decisamente sì (26,1% CdS 14; 49% CdS L-20) e il 56,9% ha risposto più sì che no (69,6% e 51% dei due CdS).

Alla domanda, infine, se si iscriverebbero di nuovo all'università, le risposte sono state le seguenti. Il 56,9% ha dichiarato sì, allo stesso corso dell'Ateneo (rispettivamente 47,8% e 61,2% per i due CdS); il 15,3% ha dichiarato sì, ma ad un altro corso dell'Ateneo (21,7%; 12,2%); l'11,1% ha dichiarato sì, allo stesso corso ma in un altro Ateneo (8,7%; 12,2%); il 13,9% ha

dichiarato sì, ma ad un altro corso e in un altro Ateneo (13%; 14,3%); solo l'1,4%, infine, ha dichiarato che non si iscriverebbe più all'università (il 4,3% dei laureati CdS 14; nessuno dei laureati con l'ordinamento L-20).

In conclusione si può rilevare come il grado di soddisfazione degli studenti laureati si mantenga complessivamente alto e risulti in leggero aumento rispetto all'anno passato in quasi tutti i campi. Va osservato inoltre che il grado di soddisfazione risulta, quasi sempre, decisamente superiore fra i laureati al Corso di studi con codice L-20.

Descrizione link: Opinione degli studenti dal sito Almalaurea

Link inserito: <http://www2.almalaurea.it/cgi-php/universita/statistiche/tendine.php?LANG=it&CONFIG=profilo>



QUADRO C1

Dati di ingresso, di percorso e di uscita

Per l'analisi dei dati si è fatto riferimento ai dati forniti al Dipartimento di Studi Umanistici dal Presidio di Qualità (gli allegati sono disponibili al link <http://cdslettere.campusnet.unito.it/do/home.pl>).

Nel considerare, prima di tutto, l'andamento dei flussi di entrata, si registra nell'anno accademico 2013-2014 un significativo incremento delle immatricolazioni (con un aumento del 90% rispetto ai 158 immatricolati del 2012-2013).

La ragione di questo aumento, in netta contro-tendenza rispetto al trend di generale decrescita degli altri corsi di laurea in discipline umanistiche, si spiega certamente con la scelta, a partire da quest'anno, di eliminare l'accesso a numero chiuso, ma il dato positivo conferma senza dubbio l'attrattiva della proposta formativa del corso di laurea. Gli studenti iscritti al primo anno provengono in buona parte dai licei (70%) e in misura minore dagli istituti tecnici (20%), secondo un andamento sostanzialmente invariato negli ultimi anni.

Il voto conseguito dagli studenti immatricolati all'esame di maturità, rilevato per fasce di voto, si è attestato, tra il 2010 e il 2012, su livelli relativamente stabili ma con una positiva tendenza all'aumento dei voti medio-alti. Per quanto riguarda le competenze d'ingresso in lingua italiana, si registra nell'a.a. in corso un significativo miglioramento rispetto al 2010 (l'unico anno, tra quelli considerati per l'analisi dei dati, in cui non c'era il numero chiuso), con un 86% di studenti che hanno superato il Tarm (contro il 50% del 2010).

La percentuale di studenti provenienti dall'estero è in lieve diminuzione, così come la percentuale di studenti provenienti da altre regioni (dal 9,2 del 2011-2012 al 7,7% del 2012-2013).

La durata media degli studi fino al conferimento del titolo risulta di 3,86 anni per l'a.a. 2012-2013 (in aumento rispetto all'anno precedente), ma si deve rilevare una consistente riduzione del tasso di abbandono (dal 34,9% del 2009-2010 al 14,6% del 2011-2012). Se nel 2011-2012 si era rilevata una tendenza crescente al rallentamento degli studi, nel 2012-2013 l'andamento sembra migliorato: la percentuale di studenti iscritti al II anno con almeno 40 CFU è salita dal 37,9% dell'anno precedente al 45,0%. Risulta tuttavia in sensibile aumento il numero degli studenti fuori corso, con valori percentuali raddoppiati dall'a.a. 2009-2010 all'a.a. 2012-2013, mentre la percentuale degli studenti inattivi è diminuita, pur restando la più alta tra i corsi di laurea triennale del Dipartimento.

Si registra infine un miglioramento significativo nel rendimento degli studi: il voto medio degli esami (fonte AlmaLaurea) risulta in crescita (dal 26,2 del 2011 al 27,4 del 2012).

Nel complesso, si rilevano, dal punto di vista dell'attrattiva, degli esiti didattici e della laureabilità, andamenti più positivi che negativi rispetto all'anno precedente: occorrerebbe tuttavia potenziare l'attrattiva nazionale e internazionale del corso di laurea (attraverso adeguate politiche di promozione e comunicazione) e ridurre i tempi medi per il conseguimento della laurea.

Dal punto di vista della mobilità internazionale, venticinque studenti iscritti al Corso di Laurea hanno partecipato a un soggiorno Erasmus presso uno dei numerosi atenei convenzionati, omogeneamente distribuiti tra Europa mediterranea, Nord-Europa ed Europa orientale (i soggiorni Erasmus, in particolare, hanno coinvolto le università di Madrid, Nicosia, Valladolid, Paris Nanterre, Granada, Lyon, Berlino, Warwick, Helsinki, Varsavia, Murcia, Lisbona, Avignone, La Rochelle, Tartu, Liegi). Un numero pressoché equivalente di studenti stranieri (27, provenienti in larga misura dalla Spagna, ma anche dalla Lituania, dalla Polonia e dalla Romania) ha invece effettuato un soggiorno di studio Erasmus scegliendo i referenti del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione.

QUADRO C2

Efficacia Esterna

I dati in oggetto si riferiscono al rapporto 2013 di Almalaurea sui laureati del corso di Laurea in Scienze della Comunicazione (CdS), intervistati a un anno dal conseguimento del titolo di studio.

Sono stati intervistati 88 studenti laureati su 106 (età media alla laurea 24,9; voto medio di laurea 100,9, durata media degli studi 4,4 anni, in decrescita rispetto ai 4,9 anni del 2012 e in linea con i valori del 2011 (4,4) e 2010 (4,5)).

Meno della metà dei laureati (39,8 %) ha svolto almeno un'attività di formazione dopo la laurea (soprattutto stage aziendali, 23,9 %, ma in calo rispetto al dato dell'anno precedente, 30,3 %): si tratta della percentuale più alta tra i corsi di laurea del Dipartimento di Studi Umanistici. La percentuale di studenti laureati occupati, 51,1 %, è in netto aumento rispetto al 2012 (43,4 %), e si riavvicina al valore del 2011 (55,8 %); ma occorre precisare che il 28,4 % dei laureati ha scelto di dedicarsi esclusivamente al proseguimento dell'attività formativa, iscrivendosi a un corso di laurea magistrale. Oltre la metà degli studenti laureati occupati prosegue il lavoro già iniziato prima della laurea (55,6 %), mentre il 28,9 % ha iniziato a lavorare dopo la laurea (28,9 %). Solo meno di un terzo dei laureati occupati svolge un'occupazione stabile (31,1 %). Il guadagno netto mensile degli occupati è piuttosto basso (825 Euro) anche se risulta in lieve crescita rispetto alla media del 2012 (819 Euro). La netta maggioranza degli occupati, infine, lavora nel settore terziario (82,2 %). L'indice di soddisfazione per il lavoro svolto è di 6,2 su una scala da 1 a 10, in calo rispetto al valore del 2012, 7 %).

La maggioranza degli occupati valuta negativamente l'efficacia della laurea per l'attuale lavoro (60%), con un lieve aumento rispetto al 2012 (ove il 42,9% manifestava una valutazione positiva). Per quanto attiene invece all'utilità della laurea nel lavoro attuale, solo il 12% degli occupati ha notato un miglioramento del lavoro grazie alla laurea (in calo rispetto al 2012, 21,7%), anche dal punto di vista del trattamento economico. Il 53,3% degli occupati reputa che le competenze acquisite con la laurea siano utili per il lavoro che essi stanno svolgendo, in misura elevata (13,3 %, percentuale in aumento rispetto al 2012, 11,6 %) o ridotta (40,0 %, percentuale in calo rispetto al 2012, 53,5 %). Il 46,7 % invece dichiara di non utilizzare per niente le competenze acquisite nel percorso formativo del CdS (percentuale in netta crescita rispetto al 2011, 34,9 %).

QUADRO C3

Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curricolare o extra-curricolare

I dati sono desunti dai questionari finali di valutazione delle aziende forniti dal settore Job Placement della Scuola di Scienze Umanistiche.

Gli studenti hanno svolto attività di tirocinio in piena coerenza con gli sbocchi professionali contemplati dall'offerta formativa: editoria, marketing e comunicazione, controllo di gestione, giornalismo, risorse umane, pubblicità. Il grado di soddisfazione espresso dalle aziende rispetto all'esperienza di accoglienza e gestione del tirocinante è sempre positivo, e quasi tutte le aziende hanno manifestato la loro disponibilità a rinnovare l'offerta di stage per altri studenti. Le

competenze d'ingresso dello stagista sono considerate sempre adeguate, in alcuni casi (20%) sufficienti, ma in netta maggioranza buone/ottime (80%). La piena coerenza tra gli obiettivi formativi di partenza e l'effettiva esperienza dei tirocini è attestata dall'unanime soddisfazione espressa dalle aziende per il conseguimento degli obiettivi fissati nel progetto formativo.

Discreta, infine, è la percentuale dei tirocinanti (35%) a cui è stata offerta, a fine stage, un'opportunità di lavoro (mai però a tempo indeterminato, quasi sempre si tratta di prestazioni occasionali).

Un elemento che presenta aspetti problematici, e che richiederà un'adeguata riflessione, riguarda invece le modalità che hanno portato le aziende ad attivare

l'offerta di stage: nella maggior parte dei casi ciò è avvenuto tramite contatti personali o iniziative degli studenti, mentre risulta marginale il ruolo del job

placement e del corpo docente nel promuovere e consolidare una rete di contatti con le realtà professionali.

